

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE
DE DIOS
FACULTAD DE ECOTURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES**



TESIS

**“Relación entre la Asociatividad y el Crecimiento Empresarial en la
Asociación de Productores Agropecuarios y Apicultores las
Colmenas de Tambopata - Madre de Dios, periodo 2022”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORES

Bach. MASCO CACHI, Oscar David

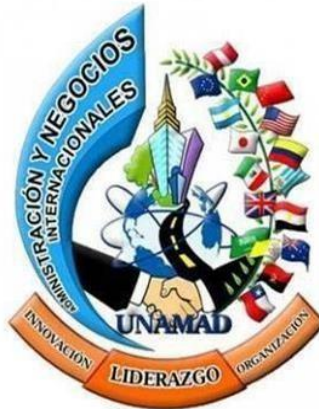
Bach. CASTILLO MAMANI, Roxana Aracely

ASESOR:

Dr. ROMANI CLAROS, Alfonso

Puerto Maldonado, diciembre 2024

**UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZONICA DE MADRE
DE DIOS
FACULTAD DE ECOTURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES**



TESIS

**“Relación entre la Asociatividad y el Crecimiento Empresarial en la
Asociación de Productores Agropecuarios y Apicultores las
Colmenas de Tambopata - Madre de Dios, Periodo 2022”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORES

Bach. MASCO CACHI, Oscar David

Bach. CASTILLO MAMANI, Roxana Aracely

ASESOR:

Dr. ROMANI CLAROS, Alfonso

Puerto Maldonado, diciembre 2024

DEDICATORIA

A Dios, quien ha sido mi guía y fortaleza en cada paso de este camino académico, le dedico esta tesis como testimonio de gratitud y fe en su amor inagotable.

A mis padres, William y Marleny, quienes desde el principio me inculcaron el valor del esfuerzo y el amor por el conocimiento, les dedico este logro con todo mi corazón. Gracias por sus sacrificios y por ser mis pilares en cada desafío que enfrenté.

A mis hermanos: Bielka, Ivanna, Evann, Sebastián y Liams, quienes con su cariño y aliento incondicional han sido mi inspiración para alcanzar mis metas. Esta tesis también es suya, pues cada uno de ustedes ha sido una fuente de motivación y orgullo en mi vida.

A mi querido novio, Michael, a quien agradezco por su comprensión, paciencia y amor incondicional durante esta etapa de mi vida. Tu apoyo ha sido fundamental para mantenerme firme, enfocado y perseverante en la consecución de mis objetivos.

A cada uno de ustedes, mi familia y mi amado, les dedico esta tesis como muestra de gratitud y amor. Su presencia en mi vida ha sido un regalo invaluable y su apoyo ha hecho posible este logro. Que este trabajo sea un testimonio de nuestro amor y compromiso en seguir creciendo juntos.

Bach. Roxana Aracely Castillo Mamani

A mi amada Mamá, Nazaria Cachi Flórez.

En este momento de logro y gratitud, quiero expresar lo profundo que ha sido tu impacto en mi vida. Desde mis primeros pasos en el mundo del conocimiento hasta este significativo logro, siempre has sido mi mayor apoyo, alentándome a superar cada obstáculo y alcanzar mis metas con tu amor incondicional.

Tus palabras de aliento y tus abrazos reconfortantes han sido mi refugio en los momentos de dificultad, brindándome la fuerza y confianza necesarias para seguir adelante, incluso en los momentos más desafiantes. En cada línea de esta tesis, encuentro el reflejo de tu amor y sabiduría, ya que siempre has sido mi guía y ejemplo a seguir en esta travesía del conocimiento.

A través de este trabajo de investigación, deseo rendir homenaje a tu dedicación y entrega, que han sido la fuerza motriz detrás de mi éxito. Eres la inspiración que ilumina mi camino y el motor que impulsa mi pasión por aprender y crecer. Gracias por ser mi roca, mi protectora y mi mejor amiga. Te amo con todo mi corazón y mi ser, y estoy eternamente agradecido por el regalo inestimable de ser tu hijo.

Bach. Oscar David Masco Cachi

TURNITIN_OSCAR MASCO Y ROXANA CASTILLO

INFORME DE ORIGINALIDAD

7 %

INDICE DE SIMILITUD

7 %

FUENTES DE INTERNET

2 %

PUBLICACIONES

1 %

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.upt.edu.pe	1 %
Fuente de Internet		
2	hdl.handle.net	1 %
Fuente de Internet		
3	repositorio.unamad.edu.pe	1 %
Fuente de Internet		
4	repositorio.unesum.edu.ec	1 %
Fuente de Internet		
5	www.indecopi.gob.pe	1 %
Fuente de Internet		
6	repositorio.unajma.edu.pe	1 %
Fuente de Internet		

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1 %

Excluir bibliografía

Activo

PRESENTACIÓN

SEÑOR DECANO DE LA FACULTAD DE ECOTURISMO DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS.

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO.

Conforme al reglamento general de grados y títulos de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, aprobado por resolución del consejo universitario N° 288-2022-UNAMAD-CU del 31 de mayo de 2022, hacemos llegar a ustedes la tesis intitulada: “RELACION ENTRE LA ASOCIATIVIDAD Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y APICULTORES LAS COLMENAS DE TAMBOPATA – MADRE DE DIOS, PERIODO 2022”. El objetivo del presente estudio es obtener el título profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.

Se decidió utilizar una metodología de investigación de naturaleza descriptiva-correlacional de diseño transversal para llevar a cabo esta investigación. El objetivo de esta investigación es investigar de manera detallada y determinar la relación entre la asociatividad y el crecimiento empresarial. Aprovechando los conocimientos adquiridos en el curso de capacitación profesional, consultando libros de varios autores sobre el tema de investigación.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación presento como objetivo de determinar la relación que existe entre la Asociatividad y el Crecimiento Empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022. El diseño del estudio es de modelo básico, no experimental, correlacional y transversal. Para obtener información, se utilizó la técnica de encuesta y un instrumento tipo cuestionario conformado por 22 ítems que se clasificaron en una escala de Likert de 5 puntos (nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre). Validado con una confiabilidad alfa de Cronbach y opinión favorable. Para la primera variable (Asociatividad) de 0.801 y para la segunda variable (Crecimiento empresarial) de 0.719. Por lo que podemos decir que, los medios empleados son totalmente veraces y sostenibles. Para medir el vínculo correlacional entre las dos variables La población y muestra estuvo conformada por un total de 40 participantes entre ellos socios y directivos, los datos se procesaron en software SPSS V. 27. Por lo que los resultados del presente estudio dan a conocer que, se empleó la prueba de correlación Rho de Spearman para validar la hipótesis del estudio, cuyos resultados permitieron aceptar la hipótesis general de que existe una relación entre las variables asociativas y el crecimiento empresarial. Los resultados mostraron un valor p o significancia de.002, lo que es un valor inferior a.05. Adicionalmente, se pudo observar que el modelo estadístico arrojó un coeficiente de correlación del,479, lo que indicaba una relación moderada y positiva entre las variables examinadas.

Palabras claves

Capacidad de planificación, gestión, crecimiento empresarial, cooperación, capacitación, comunicación, trabajo en equipo, asociatividad, desarrollo de capacidades.

ABSTRAC

The objective of this research work is to determine the relationship between Associativity and Business Growth in the Association of Agricultural Producers and Beekeepers of Tambopata - Madre de Dios, Period 2022. The design of the study is a basic, non-experimental, correlational and transversal model. To obtain information, the survey technique was used and a questionnaire-type instrument made up of 22 items that were classified on a 5-point Likert scale (never, almost never, sometimes, almost always and always). Validated with a Cronbach's alpha reliability and favorable opinion. For the first variable (Associativity) of 0.801 and for the second variable (Business growth) of 0.719. Therefore, we can say that the means used are totally reliable and sustainable. To measure the correlational link between the two variables, the population and sample consisted of a total of 40 participants, including partners and managers; the data were processed in SPSS V. 27 software. Therefore, the results of this study show that Spearman's Rho correlation test was used to validate the hypothesis of the study, the results of which allowed accepting the general hypothesis that there is a relationship between the associative variables and business growth. The results showed a p-value or significance of .002, which is less than .05. Additionally, it could be observed that the statistical model yielded a correlation coefficient of .479, which indicated a moderate and positive relationship between the variables examined.

Key words

Planning capacity, management, business growth, cooperation, training, communication, teamwork, associativity, capacity building.

INTRODUCCIÓN

La colaboración a través de asociaciones de productores representa una estrategia esencial para organizaciones de base. Esta alianza les permite unir esfuerzos con el objetivo de incrementar la productividad y alcanzar una posición competitiva en mercados de diversas escalas, desde el ámbito local hasta el global. Estas sinergias son un impulso clave para el desarrollo y expansión de las organizaciones involucradas.

Con respecto al presente trabajo de investigación se refiere a la relación entre la Asociatividad y el Crecimiento empresarial en la Asociación de productores Agropecuarios y Apicultores las Colmenas de Tambopata.

Puesto que la Asociatividad es un medio que sirve para sumar esfuerzos y compartir ideales para conseguir respuestas colectivas y el crecimiento empresarial es la capacidad productiva asimismo refiere al aumento persistente del bienestar de una población dependiendo del incremento sostenido de la producción agregada a través del tiempo.

En respuesta a la demanda del mercado, los productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata deben lograr niveles altos en asociatividad y la lealtad que existe entre sus asociados, lo cual hace que los beneficios tangibles sean necesarios para impulsar el desarrollo de la empresa de manera significativa y así mejorar la rentabilidad.

El asunto en cuestión se centra en el análisis de la dinámica entre la Asociatividad y el Crecimiento Empresarial dentro de la Asociación de Productores Agropecuarios y Apicultores Las Colmenas de Tambopata, abordando una cuestión amplia y significativa.

Por último, el trabajo de investigación incluye cuatro capítulos con referencias bibliográficas y anexos correspondientes.

En el Capítulo uno, de acuerdo a nuestra investigación, se realizó la formulación del problema y este es: ¿Cuál es la relación entre la asociatividad y el Crecimiento empresarial en la Asociación de productores

agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – ¿Madre de Dios, Periodo 2022? Así mismo, los problemas particulares, así como los objetivos generales y específicos, las variables, las hipótesis, la justificación y las consideraciones éticas.

En el Capítulo dos, La investigación se basa en marcos teóricos de diferentes autores quienes proponen definiciones o conceptos basados en las variables seguido de sus dimensiones e indicadores, y el cuadro de operacionalización desarrollado.

En el Capítulo tres, Se estableció una metodología de investigación de diseño no experimental, subdividida en transversal y correlacional. Esta metodología comprende la aplicación de métodos rigurosos que aseguran la fiabilidad de los instrumentos a emplear, así como técnicas avanzadas para el análisis y procesamiento de los datos recopilados.

En el Capítulo cuatro, Finalmente se demostró los resultados del trabajo de investigación, mediante la cual se da a conocer los resultados, la prueba de hipótesis, las discusiones, conclusiones y sugerencias.

De esta forma, se dio a conocer también las referencias bibliográficas y respectivos anexos.

ÍNDICE

DEDICATORIA

PRESENTACIÓN

RESUMEN

ABSTRAC

INTRODUCCIÓN

ÍNDICE

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Descripción del Problema.....	1
1.2 Formulación del Problema	4
1.2.1 Problema General	4
1.2.2 Problemas Específicos.....	4
1.3 Objetivos	4
1.3.1 Objetivo General	4
1.3.2 Objetivos Específicos.....	4
1.4 Variables	5
1.5 Operacionalización de Variables.....	6
1.6 Hipótesis	8
1.6.1 Hipótesis General	8
1.6.2 Hipótesis Específicas	8
1.7 Justificación	9
1.8 Consideraciones Éticas.....	10
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	11
2.1 Antecedentes de Estudios	11
2.2 Marco Teórico	20
2.3 Definición de términos.....	33
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN.....	36
3.1 Tipo de Investigación	36
3.2 Diseño de estudio	37

3.3 Métodos y Técnicas	40
3.4 Tratamiento de Datos	43
CAPÍTULO IV: RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN	45
4.1. Resultados estadísticos de nivel descriptivo	45
4.2. Resultados estadísticos de nivel inferencial.....	52
CONCLUSIONES	62
SUGERENCIAS.....	65
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	66
ANEXOS.....	72
Anexo 1: Matriz de Operacionalización de las Variables	
Anexo 2: Matriz de Consistencia	
Anexo 3: Instrumento	
Anexo 4: Solicitud de autorización para realización de estudio	
Anexo 5: Solicitud de Validación de Instrumento	
Anexo 6: Ficha de Validación	
Anexo 7: Consentimiento Informado	
Anexo 8: Base de datos	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Poblacion de los miembros de la asociasion de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de tambopata	39
Tabla 2 Validez por jueces expertos	41
Tabla 3 Resultado de fiabilidad de la asociatividad	42
Tabla 4 Resultado de fiabilidad del crecimiento empresarial	42
Tabla 5 Descripción de frecuencias y porcentajes de la asociatividad	45
Tabla 6 Descripción de frecuencias y porcentajes de la dimensión cooperación	46
Tabla 7 Descripción de frecuencias y porcentajes de la dimensión liderazgo .	47
Tabla 8 Descripcion de frecuencias y porcentajes de la dimension desarrollo de capacidades	48
Tabla 9 Descripción de frecuencias y porcentajes del crecimiento empresarial	49
Tabla 10 Descripción de frecuencias y porcentajes de la dimensión crecimiento interno	50
Tabla 11 Descripción de frecuencias y porcentajes de la dimensión crecimiento externo	51
Tabla 12 Prueba de normalidad para las variables de estudio	53
Tabla 13 Prueba de correlación de la hipótesis general	54
Tabla 14 Prueba de correlación de la hipótesis especifica I	55
Tabla 15 Prueba de correlación de la hipótesis especifica II	56
Tabla 16 Prueba de correlación de la hipótesis especifica III	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Representación en medidas porcentuales de la asociatividad	46
Figura 2 Representación en medidas porcentuales de la dimensión cooperación.....	47
Figura 3 Representación en medidas porcentuales de la dimensión liderazgo.....	48
Figura 4 Representación en medidas porcentuales de la dimensión de desarrollo de capacidades.....	49
Figura 5 Representación en medidas porcentuales del crecimiento empresarial	50
Figura 6 Representación en medidas porcentuales de la dimensión crecimiento interno	51
Figura 7 Representación en medidas porcentuales de la dimensión crecimiento externo	52

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Descripción del Problema

En el mundo entero la asociatividad representa un ejercicio cuidadoso que se encuentra intrínsecamente ligado a su entorno. Es una forma de reconocer El trabajo en equipo es crucial desde una perspectiva estratégica, ya que fortalece los lazos de solidaridad, cooperación y confianza en el proceso de desarrollo para lograr un objetivo común. En este procedimiento, no solamente se efectúa la permuta de bienes y servicios, también se comparten saberes y experiencias, fundamentados en la credulidad de los involucrados y en los beneficios recíprocos que se obtienen mediante la asociación (Hidalgo, 2012).

Por consiguiente, Zhong (2017) señala que en china existen cerca de 1.5 millones de asociaciones, lo cual esto favorece la conexión entre los agricultores de menor escala y los mercados comerciales. Además, según Bezus y Bilotkach (2018), después de la Segunda Guerra Mundial, hubo un notable aumento en la creación de asociaciones agrícolas y ganaderas, destacando una mayor presencia en los Estados Unidos.

En América Latina la asociatividad se viene desarrollando en diferentes países de la región. Es así que, en los últimos años, se ha venido implementando con la finalidad de incursionar en mercados inexplorados, establecer economías de mayor envergadura y fortalecer la capacidad de negociación con otras regiones del globo (FAO, 2015).

Así mismo, el crecimiento empresarial en América latina según Cañar (2021) asevera que algunas organizaciones en algunos países de la región no lograron el crecimiento. Hay que mencionar, además, que una de los aspectos relevantes para el crecimiento empresarial en latinoamérica (Díaz et al.,2021).

En el Perú la asociatividad y las alianzas estratégicas producen una serie de iniciativas beneficiosas que posibilitan la disminución de gastos, la integración de metas compartidas, el intercambio de recursos y tecnologías, especialmente al crear espacios para que los productores puedan compartir experiencias y colaborar mutuamente (MINAGRI, 2011).

No obstante, la actividad agropecuaria en nuestro país es un ámbito que ha recibido escasa atención por parte de los responsables de tomar decisiones. En cuanto a la inversión pública, se ha mantenido a un nivel bajo durante el período comprendido entre 2000 y 2010, pese a que su contribución al Producto Bruto Interno (PBI) ha experimentado un aumento (Banco Mundial, 2017).

Por otro lado, la apicultura en el ámbito nacional se categoriza como una actividad económica de escasa influencia. No obstante, en regiones donde la agricultura no se ha tecnificado ampliamente, se encuentran personas dedicadas a la apicultura, especialmente en el norte y sur del país. En este contexto, un significativo porcentaje de la población, catalogada como de bajos recursos, genera ingresos adicionales mediante esta actividad, lo que les permite afrontar su situación económica precaria (COPEME, 2008).

En la región Madre de Dios se muestra actividades apícolas de la mano con la parte agraria, es más; la Asociación de Productores Agropecuarios y Apícolas las Colmenas de Tambopata ubicados en la carretera chorrillos km 8.5 situado a 25 minutos de la ciudad de Puerto Maldonado. Actualmente, hay cuarenta socios que tienen colmenas y tienen condiciones externas favorables de recursos naturales como: (floración de naranja, caimito, zapote, cacao, maíz, copoazu. Además, junto con otros cultivos característicos de esta región) participan en la apicultura como una actividad suplementaria a sus labores agropecuarias. No obstante, la colaboración en forma de asociatividad enfrenta desafíos que fueron perceptibles en las primeras visitas efectuadas, los cuales incluyen:

La falta de cooperación: La constitución de la Asociación de Productores Agropecuarios y Apícolas las Colmenas de Tambopata no ha sido suficiente como para que la asociación se mantenga unida. Debido a la desconfianza, la falta de comunicación, la divergencia de intereses y la falta de incentivos para colaborar.

La falta de liderazgo: Esta carencia de líderes efectivos ha resultado en una serie de consecuencias negativas que afectan directamente el desempeño y desarrollo de la Asociación de Productores Agropecuarios y Apícolas las Colmenas de Tambopata. Entre estas consecuencias se encuentra la notable ausencia de colaboración entre los miembros socios, una disminución en la participación activa, la falta de dirección y enfoque en la toma de decisiones, así como un nivel insuficiente de adaptabilidad ante los cambios en el entorno agropecuario.

Productores agropecuarios sin desarrollo de capacidades: Esta ausencia de colaboración conjunta de los miembros socios ha ocasionado que la asociación carezca de los recursos y habilidades necesarios para su correcto funcionamiento. Por otra parte, la intervención de instituciones estatales y privadas mediante programas de capacitación, sujetos a restricciones temporales y expectativas de resultados, aún no ha logrado el impacto esperado para asegurar la sostenibilidad a largo plazo de esta asociación.

Debido a todo lo anterior, surge la siguiente pregunta: ¿Cuál es la relación que existe entre la Asociatividad y el Crecimiento Empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata, Periodo 2022?

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema General

¿Cuál es la relación que existe entre la Asociatividad y el Crecimiento Empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata, Periodo 2022?

1.2.2 Problemas Específicos

P.E.1 ¿Cuál es la relación que existe entre la cooperación y el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata, Periodo 2022?

P.E.2 ¿Cuál es la relación que existe entre el liderazgo y el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata, Periodo 2022?

P.E.3 ¿Cuál es la relación que existe entre el desarrollo de capacidades y el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata, Periodo 2022?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Determinar la relación que existe entre la Asociatividad y el Crecimiento Empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

1.3.2 Objetivos Específicos

O.E.1 Determinar la relación que existe entre la cooperación y el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

O.E.2 Determinar la relación que existe entre el liderazgo y el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

O.E.3 Determinar la relación que existe entre el desarrollo de capacidades y el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

1.4 Variables

Variable 1

Variable I	Definición Conceptual
Asociatividad (V.1)	Para Tobar Ángel (2017) la asociatividad es un canal en el que un objetivo común entre personas o grupos se basa en estrategias colaborativas para aumentar la productividad global, basado en la confianza entre sus participantes, y permite realizar distintas aportaciones relacionadas. Promover la mejora continua de la producción, distribución y comercialización de sus bienes o servicios a través de herramientas, técnicas, conocimientos y otros aportes.

Variable 2

Variable II	Definición Conceptual
Crecimiento Empresarial (V.2)	Citando a Puerto (2010) menciona que el crecimiento empresarial significa unir fuerzas tanto externa como interna para expandir las oportunidades de mercado, perseguir el crecimiento e identificar el mercado adecuado para posicionarse.

1.5 Operacionalización de Variables

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Variable 1 Asociatividad	La variable 1 Asociatividad estableció mediciones en base al instrumento tipo cuestionario de elaboración propia. Asimismo, cuenta con tres dimensiones: cooperación, liderazgo y desarrollo de capacidades. Estableciendo once ítems, con opciones de respuesta tipo LIKERT: (5, 4, 3, 2 y 1) 5. Siempre 4. Casi siempre 3. A veces 2. Casi siempre 1. Nunca	Cooperación	Gestión	1
			Relaciones humanas	2
			Equidad	3: 4
		Liderazgo	Trabajo en equipo	5
			Motivación	6
			Objetivos	7
		Desarrollo de capacidades	Capacitación técnica	8
			Aprendizaje organizacional	9
			Compromiso organizacional	10; 11

Nota: "Elaboración propia"

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Variable 2 Crecimiento Empresarial	La variable 2 Crecimiento Empresarial estableció mediciones en base a al instrumento tipo cuestionario de elaboración propia. Asimismo, cuenta con dos dimensiones: crecimiento interno y crecimiento externo estableciendo once ítems, cuyas opciones de respuesta tipo LIKERT: (5, 4, 3, 2 y 1) 5. Siempre 4. Casi siempre 3. A veces 2. Casi nunca 1. Nunca	Crecimiento Interno	Capacidad de planificación	12; 13; 14
			Producto	15
			Adquisición de tecnología	16; 17
		Crecimiento Externo	Publicidad	18: 19
			Ventas	20; 21
			Crecimiento económico	22

Nota: "Elaboración propia"

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General

Existe relación entre la Asociatividad y el Crecimiento Empresarial en la Asociación de Productores Agropecuarios y Apicultores las Colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

Hipótesis Alterna

La Asociatividad se relaciona de forma positiva con el Crecimiento Empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

Hipótesis Nula

La Asociatividad no se relaciona de forma positiva con el Crecimiento Empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

1.6.2 Hipótesis Especificas

Ha1: La cooperación se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

Ho1: La cooperación no se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

Ha2: El liderazgo se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

Ho2: El liderazgo no se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

Ha3: El desarrollo de capacidades se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

Ho3: El desarrollo de capacidades no se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

1.7 Justificación

Justificación metodológica

Esta investigación utilizó los mismos métodos, técnicas e instrumentos que otros estudios de enfoque cuantitativo. Posteriormente, se formularán soluciones basadas en la hipótesis planteada, al tiempo que se identificarán los objetivos que guían este estudio. Todo este proceso se llevará a cabo mediante la aplicación de los elementos metodológicos pertinentes.

Justificación social

El objetivo de este estudio fue adquirir un entendimiento claro de la situación actual de los productores agropecuarios y apicultores en la zona de las colmenas de Tambopata, con el fin de proporcionar recomendaciones adecuadas. Sin un conocimiento profundo de la situación presente, resulta imposible identificar las razones que llevan a la falta de motivación entre los trabajadores, especialmente en el sector agrícola, que es esencial para lograr el desarrollo y mejorar la calidad de vida de la población.

Esta investigación estuvo enfocada en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores "Las Colmenas de Tambopata". No obstante, los resultados obtenidos en este trabajo podrían ser aplicados por otros investigadores interesados en el tema de Asociatividad y Crecimiento Empresarial.

Justificación teórica

De acuerdo con Gómez (2013) indica lo siguiente:

“Cuando un investigador cuestiona una teoría, completa una teoría, propone nuevos paradigmas o formula una reflexión epistemológica, su investigación tiene justificación teórica”. (pág. 54)

Teóricamente es comprensible la razón de ser del presente estudio pues se pretende analizar la asociatividad y sus dimensiones en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata.

Por lo tanto, al estudiar estas dos variables, demostró que el trabajo de investigación que se llevó a cabo es razonable, lo que nos permitió determinar si existe una relación con la asociatividad y el crecimiento empresarial.

1.8 Consideraciones Éticas

Según el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ecoturismo, aprobado por el consejo universitario N°288-2022-UNAMAD-CU del 31 de mayo de 2022 y este estudio se llevó a cabo de acuerdo con los siguientes criterios para cumplir con los aspectos mencionados anteriormente:

- Optimizar y explicar específicamente la investigación
- Establecer la investigación en estudio.

Rigurosos principios de ética y transparencia guiaron el desarrollo de este trabajo de investigación. Por ello, los datos reunidos son exactos y no han experimentado alteraciones durante el transcurso del análisis estadístico. Además, debido a que esta investigación tiene un propósito exclusivamente académico, se ha garantizado la confidencialidad de todos los encuestados para proteger la integridad y la privacidad de los socios.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes de Estudios

a) Antecedentes Internacional

- **Villao Reyes (2022)** en su trabajo de investigación titulado: “Asociatividad y fortalecimiento comercial de los productores de la parroquia el anegado, cantón Jipijapa”. **Objetivo:** Determinar la incidencia de la asociatividad en el fortalecimiento comercial de los productores. **Metodología:** Este estudio investigativo se clasifica como un análisis descriptivo que se fundamenta en una investigación de campo respaldada por indagaciones bibliográficas y documentales. Este enfoque nos habilita para adquirir perspicacia acerca de cómo la asociatividad influye en el fortalecimiento comercial de los productores. Para lograrlo, hemos adoptado un diseño no experimental, centrando nuestra observación en fenómenos que acontecen de manera natural, sin intervenir en su desarrollo La **población** 6.864 se consideró para este proyecto de investigación. Por lo tanto, se utilizó un muestreo aleatorio simple para calcularlo. En este lugar, la población total (N) es de 6.864 personas y el valor asociado al nivel de confianza (Z) es de 1,96 (95% de confianza), el margen de error (E) es de 5 % y la probabilidad de ocurrencia (P) es de 0,5. Se obtuvo una **muestra** de 364 productores. **Resultados:** De acuerdo con los resultados de las encuestas realizadas en el terreno, al conocer la situación actual de la asociatividad en los productores de la parroquia El Anegado, se evidenció que los productores enfrentan una variedad de obstáculos y dificultades al comercializar sus productos. Los resultados mostraron que el 55,8% de los encuestados de la parroquia piensan que la asociatividad de los productores actualmente es

deficiente, El 38,74 % piensa que es normal, mientras que el 5,49 % piensa que es bueno. Con el propósito de analizar las expectativas en relación a la asociatividad entre los productores y su influencia en la propensión a unirse a una entidad de colaboración para la comercialización de sus productos en la parroquia, se llevó a cabo una evaluación utilizando el test estadístico chi-cuadrado. Los resultados indican un p-valor de 0,000, el cual es menor que el nivel de significancia de 0,05, conduciendo a la aceptación de la hipótesis alternativa y, en consecuencia, al rechazo de la hipótesis nula. Por ende, se concluye que la Asociatividad posee una incidencia significativa en el fortalecimiento comercial de los productores.

- **Toapanta Tuasa (2020)** en su trabajo de investigación intitulada: “La asociatividad y la producción de especies menores en la parroquia Quisapincha del cantón Ambato provincia del Tungurahua” de la Universidad técnica de Ambato. Se propuso como **objetivo** investigar la asociatividad en la producción de especies menores en la parroquia. **Metodología:** la metodología es descriptiva. Así mismo, se empleó la técnica de la encuesta y como **instrumento** cuestionario, Se utiliza un muestreo en poblaciones mayores a 100 porque la población no puede superar el número de cálculo. En consecuencia, se llevó a cabo un estudio con toda la población, del cual pertenece a una **Muestra** conformada por un grupo de 60 individuos que forman parte de la Asociación Agropecuaria Nueva Generación. **Resultados:** Según los resultados, más del 50% de la población en estudio expresó que el trabajo en asociatividad redujo los costos de producción, Se utilizó el modelo estadístico de T de Student para encontrar la correlación entre las variables; esto demuestra que la asociatividad tiene un impacto en la producción de especies menores. Se encontró que $X^2_t = 2,7764$ después de verificar con la Tabla de percentiles de la distribución del Chi-cuadrado. Los valores de los grados de libertad, $gl=4$, y el nivel de confianza, $X^2=0$, se cruzaron para obtener este valor.

- **Gonzales Vásquez (2018)** en su tesis titulado: “Asociatividad y desarrollo económico de los productores de cacao en la provincia de los Ríos”. Una medida de la efectividad de la asociatividad es el bienestar económico y social que brinda a sus practicantes. Para encontrar oportunidades de mejora en el sector cacaotero, es necesario medir y evaluar la estrategia de asociación de productores. **Objetivo:** determinar si la asociatividad influye significativamente en el desarrollo económico de los productores de cacao. Los agricultores que cultivan cacao y forman parte de una asociación que se dedica principalmente la comercialización del producto fueron elegidos como población para el estudio. **Metodología:** La investigación es transeccional, cuantitativa, aplicada no experimental. La hipótesis de investigación se contrasta estadísticamente para cumplir con el objetivo. Un agricultor que cultiva cacao y es miembro de una asociación agrícola es la unidad de análisis. Para contrarrestar la hipótesis, se llevaron a cabo pruebas de independencia chi cuadrado utilizando el programa SPSS 21. El **instrumento** encuesta (cuestionario). Los agricultores que venden cacao a través de asociaciones o corporaciones de primer grado son la población de estudio. Además, se tomó en consideración como la **muestra** de 334 personas a ser encuestadas para la realización del respectivo estudio. **Resultados:** Se plantearon y contrastaron estadísticamente las siguientes hipótesis para alcanzar el propósito de la investigación: La asociatividad tiene un impacto significativo en el desarrollo económico). Es posible demostrar que las variables tienen una correlación estadísticamente significativa entre sí. Se afirma entonces que la asociatividad tiene un impacto significativo en el crecimiento económico de los cultivadores de cacao en la región de Los Ríos. Además, hay una correlación positiva moderada. Las variables tienen uno de los productores de cacao de la provincia de Los Ríos, con un Rho de 0,364. Además, existe un grado moderado de correlación positiva.
- **Sebastián Cardenas (2017)** en su estudio titulado: “Asociatividad como modelo para la internacionalización de los pequeños productores de banano en el oro-Ecuador”.

Objetivo: Con respecto a esto, nos informa que el objetivo principal de esta investigación es identificar los tipos de asociaciones internacionales.

Metodología: La técnica estadística de prueba t para comparar medias se desarrolló como un método cuantitativo en esta investigación. El hallazgo primordial consistió en determinar que, entre los tres tipos de formas asociativas analizados, el modelo de red empresarial es el enfoque que presenta la mayor compatibilidad con el entorno del mercado de banano en Ecuador. Consecuentemente, se plantea que la red empresarial puede representar un paradigma que, a diferencia de otros enfoques asociativos, aborda y reconfigura el respaldo colectivo y eficaz destinado al sector. El **instrumento** encuesta (cuestionario). La población actualmente existe 2002 pequeños cultivadores de bananos. Por lo tanto, la asociatividad se utilizó. El tamaño de la muestra se calculó con un margen de error de plus o menos un 10% y un nivel de confianza del 95%. Como resultado, se obtuvo un tamaño de muestra de 92 productores para el estudio. **Resultados:** Los datos se tabularon utilizando el programa estadístico SPSS. Se llevó a cabo una prueba de normalidad para determinar si la distribución de los datos era normal. Se utilizó el método de prueba de normalidad. Kolmogórov-Smirnov, debido a la existencia de más de cincuenta datos. El nivel de significancia fue de 0,05 y el valor P fue de 0,000. Como resultado, los datos no tenían una distribución normal. Como resultado, para muestras independientes, se utilizó la prueba de comparación de medias en lugar de la prueba de comparación de medias Anova.

b) Antecedentes Nacionales

- **Vargas Cotrina (2022)** en su tesis titulado: “Asociatividad y su relación con la competitividad en la Cooperativa Agraria Norcafé”. **Objetivo:** Determinar la relación entre las variables asociatividad y competitividad en la Cooperativa Agraria Norcafé. **Metodología:** Para este estudio de diseño no experimental, se utilizó un enfoque cuantitativo de tipo correlacional con un método deductivo-inductivo: La deducción utiliza la encuesta para obtener conocimientos particulares a partir de características generales y el cuestionario como **Instrumento** de recolección de datos.

Además, se tomó en consideración una población limitada, dado que se cuenta con la cifra precisa de elementos que componen el análisis, consistente en quinientos treinta miembros asociados. El cual fue aplicado a la **muestra** de estudio que consistió en 153 socios afiliados. **Resultados:** Los resultados del uso del instrumento indicaron que los socios encuestados estaban completamente de acuerdo en que la asociatividad contribuye a la competitividad. Como resultado de sus beneficios, que incluyen capital social, sostenibilidad, cooperativismo, confianza y motivación. Se llegó a la conclusión de que existe una correlación positiva y significativa entre la asociatividad y la competitividad mediante el uso del coeficiente Rho de Spearman, que dio como resultado un valor de 0.922. El resultado se basa en la ponderación obtenida a través de la escala de medición del coeficiente Rho de Spearman, que muestra una fuerte correlación entre las dos variables.

- **Chino Apaza (2021)** en su investigación titulado: “Asociatividad como estrategia y la competitividad de Proolivo, Tacna, 2020” **Objetivo:** determinar la relación que existe entre la asociatividad como estrategia y la competitividad. El estudio examina cómo la asociatividad como estrategia afecta la competitividad de los empresarios de Proolivo. La investigación es descriptiva correlacional y no experimental transversal correlacional con 19 participantes asociados a Proolivo. **Metodología:** Así mismo, se determinó que el tamaño de la **muestra** será el total de la población por ser un número reducido, es decir: 19 asociados. La técnica que se usó es la encuesta y el **instrumento** el cuestionario. **Resultados:** Se utilizó el método de evaluación basado en la opinión de expertos, respaldado adicionalmente por el cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach, con el propósito de validar el instrumento empleado. La contrastación de las hipótesis se realizó a través de la aplicación de la prueba estadística de correlación de Pearson, la cual reveló una correlación significativa con un nivel de significancia inferior a 0.05. En última instancia, se derivó la conclusión de que la estrategia de asociatividad resulta eficaz en la medida en que está vinculada con la competitividad de Proolivo.

- **Cerdán Díaz (2021)** en su tesis titulado: “Asociatividad y Exportación de los Productores de Tara San Marcos – Cajamarca, 2020”. **Objetivo:** La presente investigación tuvo como objetivo general establecer la relación entre asociatividad y exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca. **Metodología:** Se utilizó un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental de tipo descriptivo para lograr este objetivo. Debido a que los datos se recopilan en un momento determinado, la investigación es transeccional o transversal. Esto se debe a que tiene como objetivo describir las variables y analizar cómo se relacionan entre sí. Así mismo, se empleó la técnica de recolección de datos (encuesta) a través de **instrumento** cuestionario el cual fue aplicado a los productores de tara San Marcos – Cajamarca. Así mismo, se determinó que el tamaño de la **muestra** haya sido el total de la población por ser un número reducido, es decir: 15 productores. **Resultados:** Después de la implementación del dispositivo, La investigación arrojó que los productores podrían experimentar un incremento en sus ingresos y oportunidades en el mercado global. La colectividad se beneficiaría de una producción más robusta, costos optimizados, una posición negociadora reforzada, una toma de decisiones más ágil y una calidad estandarizada. Tras implementar el Coeficiente de Rho de Spearman, que registró un valor de 0.782, se confirmó una correlación directa entre la asociatividad y la capacidad de exportación.

- **Montoya Ramos (2020)** en su tesis intitulado: “Crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado Condevilla, San Martín de Porres, 2020” **Objetivo:** eterminar el crecimiento empresarial que pueden implementarse en los comerciantes **Metodología:** El enfoque cuantitativo, el diseño no experimental de corte transversal y la metodología básica se utilizaron. Se eligió Un cuestionario fue el método de encuesta. Por conveniencia que trabajaban en el mercado, se empleó un tamaño muestra de 50 comerciantes. Como resultado, se observó que los encuestados respondieron "casi nunca" y "a veces". **Resultados:** Los resultados más importantes de la investigación son el 54 % del producto total. Esto debe mejorarse para permitir un mayor crecimiento empresarial en el mercado. Se pudo observar que el 46% de la

combinación de "casi siempre" y "siempre" genera un producto acumulado. Con el único objetivo de incrementar la expansión corporativa en el mercado, es fundamental reforzar su base. Se ha identificado que la administración empresarial guarda una relación con las facetas de motivación y estrategias de mercadeo, en contraposición a su vínculo con la tecnología. Por otro lado, se observa que la tecnología está interconectada con los aspectos de motivación y estrategias de mercadeo.

- **Montes Gálvez (2018)** en su trabajo de investigación intitulada: La Asociatividad en los Productores. Estrategia de Internacionalización Descripción del Artículo de la Universidad de Ayacucho Federico Froebel. **Objetivo:** La tesis actual busca demostrar que la asociatividad es la mejor estrategia de internacionalización para los productores de cacao. **Metodología:** el enfoque se basó en identificar convergencias en el perfil de productor de cacao del VRAEM, utilizando un nivel descriptivo/explicativo combinado. Como resultado, se optó por la estrategia de encuesta y el cuestionario como herramienta, utilizando una muestra aleatoria no probabilística simple de 84 productores, las barreras al comercio internacional y las diversas tácticas de internacionalización. **Resultados:** Los resultados de nuestro estudio donde según la misma, la asociatividad es la mejor estrategia de internacionalización para los cultivadores de cacao de la región del VRAEM. dada su capacidad para consolidar los recursos productivos. Esta consolidación es fundamental para acceder a los recursos que son cruciales para la adecuación de los productos a las normativas globales y para lograr un volumen de producción que sustente la entrada a mercados internacionales, una meta que sería inalcanzable para los productores en un contexto aislado.

- **Sisa Kacha (2018)** en su estudio titulado: “Asociatividad empresarial y la comercialización de la quinua en la provincia de Andahuaylas”. **Objetivo:** determinar la relación que existe entre asociatividad empresarial y la comercialización

Metodología: se empleó como técnica la encuesta y como **instrumento** el cuestionario con respuesta directa, siendo un total de 23 items. Así mismo se eligió una **muestra** de 82 participantes por ende las encuestas fueron respondidas por los 82 asociados. **Resultados:** Después, se lleva a cabo un análisis estadístico de los resultados mediante la implementación de tablas de frecuencia, gráficos de barras y la utilización del software estadístico SPSS 22. El valor "Sig" registrado de 0,000 revela la presencia de una relación, respaldando así la aceptación de la hipótesis alternativa. Además, hay una correlación positiva moderada entre ambas variables, según el coeficiente de Spearman, que tiene un valor de 0,435. Por lo tanto, se llega a la conclusión de que existe una conexión entre la actividad de comercialización y la asociación empresarial.

- **Retamozo Farfán (2017)** en su tesis intitulada: "Asociatividad y crecimiento empresarial de los productores de maíz en el distrito de Huancaray". **Objetivo:** Determinar la relación que existe entre la asociatividad y crecimiento empresarial de los productores, de maíz. **Metodología** adoptada para este estudio se basó en el enfoque descriptivo cuantitativo, específicamente en una modalidad de enfoque descriptivo correlacional comparativo. La investigación se sustentó en hechos concretos. En términos de diseño, se optó por una modalidad no experimental, particularmente un diseño transeccional correlacional de naturaleza transversal. Los productores asociados forman la población. que representa una **muestra** de 24 productores no asociados y 24 asociados. Debido a la cuestión de la formalidad de la asociación, se decidió igualar las cantidades. Para la recopilación de datos, se empleó la metodología de encuestas, mediante la cual **instrumento:** El cuestionario de productores asociados y no asociados arrojó alfas de Cronbach de 0.839 y 0.760, respectivamente, lo que indica que ambos son confiables y tienen consistencia interna. **Resultado:** La premisa fundamental de este estudio es que existe una conexión directa entre el desarrollo empresarial de los productores de maíz y la falta de afiliación de un productor. La confirmación de la hipótesis general, en lo referente a los productores asociados, conlleva a la conclusión de que existe un aumento tanto en el nivel

de asociación como en el crecimiento empresarial. Esta relación se sustenta en el coeficiente de correlación de Spearman, el cual presenta un valor de ($r=,601^{**}$). No obstante, los hallazgos concernientes a las facetas de cooperación, capacidad de negociación, participación en el mercado y volumen de ventas reflejaron una correlación notablemente mayor en el caso de los productores afiliados, en comparación con los resultados obtenidos de aquellos que operan de forma individual, donde se registraron niveles moderadamente inferiores. En síntesis, la búsqueda de ventajas colectivas significativas para tanto la asociación como las familias involucradas emerge como la alternativa más aconsejable.

c) Antecedentes Regionales o locales

- **Arroyo Cortes (2016)** en su trabajo de investigación titulado: “Relación entre el modelo asociativo empresarial y la comercialización de huasai (euterpe precatoria) por los agricultores de la comunidad de bello horizonte – distrito las Piedras 2016”. De la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios. **Objetivo:** determinar la relación entre el modelo asociativo empresarial y la comercialización. **Metodología:** La investigación es de tipo correlacional descriptivo con una población y muestra de 50 agricultores, lo que representa resultados significativos. La técnica de encuesta se utilizó para el trabajo de recolección de datos. y un **instrumento** (cuestionario) para determinar el nivel de las variables de modelo asociativo empresarial y comercialización, así como sus dimensiones correspondientes. **Resultados:** fue validado por expertos con un estadístico alfa de Cronbach de 0,812 y un promedio de 0,82 para ambas variables. Para contrastar las hipótesis, se utilizó el estadístico de correlación rho de Spearman. Se encontró una correlación positiva media entre el modelo asociativo empresarial y la comercialización. El estudio encontró una correlación significativa ($\rho = 0.694$) entre las variables examinadas, sugiriendo que la adopción de un modelo de asociación empresarial podría potenciar la comercialización del Huasai.

2.2 Marco Teórico

Variable 1: Asociatividad

Tobar Ángel (2017) la asociatividad es un canal en el que un objetivo común entre personas o grupos se basa en estrategias colaborativas para aumentar la productividad global, basado en la confianza entre sus participantes, y permite realizar distintas aportaciones relacionadas. Fomentar el desarrollo sostenido y la optimización de la producción, la distribución y la venta de bienes o servicios mediante la implementación de diversas contribuciones, metodologías, técnicas y conocimientos especializados.

Así mismo, Perego (2014) señala que la asociatividad es la capacidad social de las personas, que les permite ser capaces o cualificados y a la vez unir objetivos compartidos a través de las cooperativas de personas, lo que da como resultado respuestas comunitarias. En otras palabras, se utiliza para mejorar los resultados al unir planes conjuntos que involucran a productores de la misma industria para formar parte de una empresa asociada.

La asociatividad debe ser concebido como la disposición consciente y sin retribución de personas o colectivos que establecen relaciones definidas con el propósito de alcanzar una meta compartida. (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2000).

Por consiguiente, la asociatividad consiste en la formulación de enfoques novedosos destinados a armonizar el progreso de diversas áreas y afrontar aspectos clave como la obtención de recursos financieros, la expansión en mercados locales e internacionales, la innovación y la creación de productos innovadores. (Castaño, 2010).

En este mismo sentido, Lozano M. (2008) menciona a la asociatividad como estrategia colectiva para crear valor centrándose en un propósito común, puede ayudar a superar la escasez a nivel individual y mejorar la competitividad.

La Asociatividad es un canal en el que un objetivo común la interacción entre individuos o colectivos se fundamenta en un enfoque colaborativo con el propósito de amplificar la eficiencia productiva. de forma transversal, basada en la confianza entre sus

participantes, y permite aportar diferencias relacionadas con herramientas, técnicas, conocimientos y otros. Lograr una mejora continua en la fabricación, producción, distribución y comercialización de los bienes o servicios que ofrece al mercado (Tobar, 2017).

Asociatividad, en referencia al autor Santamaría (2013) es a la vez una capacidad social del individuo y un medio de esfuerzo colectivo e ideales compartidos para una respuesta colectiva a través de la unión de las personas.

La asociatividad es un mecanismo para trabajar juntos entre pequeñas y medianas empresas que buscan establecerse y expandirse en medio de la globalización, en el que todos deciden participar voluntariamente en una búsqueda común de un fin, pero a través de sus leyes y autonomía de gestión en el (Ampuero Espinoza & Chávarri Villanueva, 2017).

La asociatividad es un enfoque de cooperación comercial en el que cada entidad participa. preserva su autonomía legal y capacidad de administración, tomando la decisión de cooperar con otras empresas de manera voluntaria. Para lograr objetivos compartidos (Maratuech, 2016).

Por otra parte, Cárdenas (2018) define a la asociatividad como una forma de colaboración o cooperación en la que los líderes y los participantes son cruciales, trabajando juntos para lograr objetivos y metas compartidos que ayuden a su crecimiento económico y social.

De forma similar, Caycho (2017) establece que la asociatividad es un proceso de colaboración mutua entre personas, entidades y organismos, con el propósito de unir esfuerzos y recursos en base a criterios compartidos, con la finalidad de afrontar desafíos conjuntos emergentes en los ámbitos económico, social y medioambiental.

Finalmente, IICA (2017) nos hace explicación de forma directa que la asociatividad es un término amplio, se distingue por su unión libre y su incorporación voluntaria.

Dimensiones

- Cooperación
- Liderazgo
- Desarrollo de capacidades

Dimensión 1: Cooperación

De acuerdo con Fabián Cohelo (2011) determina que la cooperación es un conjunto de acciones y esfuerzos que llevamos a cabo todos juntos para lograr un objetivo común.

En ese mismo contexto, la cooperación es el resultado de una táctica de trabajo en equipo que emplea una variedad de enfoques para ayudar a lograr los objetivos, incluido el trabajo en equipo, la asignación de responsabilidades, la delegación de responsabilidades y la acción coordinada (Fabián Cohelo, 2011).

Por lo tanto, la cooperación Se aplica en el campo de las relaciones humanas para llevar a cabo ilimitadas tareas o emprendimientos que aborden diferentes temas para lograr objetivos compartidos o similares (Suárez 2002).

Por lo tanto, la cooperación Es vital para la vida social por ser una mejor y más eficiente forma de gestión basada en el bien colectivo (Cohelo, 2011).

La cooperación Esta es precisamente la serie de acciones emprendidas por organismos públicos y privados para lograr la mayor equidad posible en el desarrollo de la vida en todo el país. Por lo tanto, cada organización se orienta hacia el logro de metas específicas (Fabián Cohelo, 2011).

Indicadores:

- Gestión
- Relaciones humanas
- Equidad

Gestión

La gestión es la habilidad de saber qué hacer y cómo hacerlo de la manera más efectiva y eficiente. Es un procedimiento que incluye cinco componentes de gestión: planificación, organización, dirección, coordinación y control (Frederick W. Taylor, 1994).

Según Drucker (1981) Considere la gestión como un enfoque estratégico que se basa en el pensamiento analítico y el compromiso de recursos para la acción.

Por otra parte, Fayol (1969) sostiene que la gestión asegura la operatividad eficiente de las estructuras sociales mediante la implementación de principios organizativos. Estos incluyen la distribución equitativa de responsabilidades laborales, el ejercicio y distribución adecuada del poder, la disciplina, la claridad en el liderazgo, la alineación de objetivos individuales con los corporativos, sistemas de remuneración justos, la centralización de la toma de decisiones, una jerarquía definida, el mantenimiento del orden y la equidad, la promoción de estabilidad en el personal y el fomento de la iniciativa individual.

Asimismo, Drucker (1981) Sostiene que la gestión representa un enfoque que abarca tanto la planificación como la evaluación, involucrando tanto a los gerentes como a los empleados, y se basa en la selección de áreas de alta prioridad. En este proceso, se establecen claramente los objetivos y metas que la organización aspira lograr.

Por consiguiente, Bañeras Gómez (2014) señala que en el mundo organizacional la gestión es una herramienta fundamental para incrementar los ingresos, es decir, se refiere no sólo a la organización que establece el método de gestión, sino también a sus departamentos o áreas funcionales.

Por último, Ucha (2011) indica que la gestión es una acción encaminada a incrementar la productividad y competitividad de una organización o empresa a través de la participación de diversos profesionales (por ejemplo, directores, agencias, consultores, productores, gerentes, etc.).

Relaciones humanas

Según David Orozco (2006) menciona que las relaciones humanas son el contacto entre personas, respetando sus culturas y normas, compartiendo y viviendo en una sociedad como personas del mismo género.

Las personas tienen relaciones con otros en familia, grupo o lugar de trabajo. Este es el intercambio de anécdotas, experiencias, ideas y hasta cosas más personales.

Para Chiavenato (1999) señala las relaciones humanas son interacciones sociales que se dan en escenarios organizacionales o personales, pueden ser formales o informales, las personas interactúan directa o indirectamente, lo que permite convivir con individuos en diferentes escenarios sociales (Chiavenato,1999).

Para Zuñiga (2007) menciona que son muchos Los elementos que influyen en las conexiones y vínculos entre individuos, tales como: la personalidad individual, las diferencias individuales (edad, género, ocupación), la experiencia laboral, los factores familiares, el tipo de trabajo realizado y la supervisión recibida, las características del equipo de trabajo, las políticas de la empresa. y condiciones reales de trabajo.

Equidad

Según Acosta, (2014) señala que la equidad introduce el principio de justicia en la igualdad. Pero no puede haber puntos de vista iguales si no instalamos primero la idea de igualdad.

Según Gerald Cohen (1989) indica que la equidad refiere cuando se evidencia igualdad es decir recibir beneficios destacando la relevancia de distinguir entre suerte y elección en la formación del personal, ya que eliminar el efecto de la suerte en la distribución de resultados se considera esencial en la búsqueda de la igualdad.

La equidad es obtener una ventaja en el cual debe haber igualdad de oportunidades para ganar estatus social, y principalmente al adquirir las calificaciones necesarias para competir (Cohen, 1989).

Dimensión 2: Liderazgo

De acuerdo con Newstrom (2003) mencionan que el liderazgo es el proceso de hacer que otros trabajen juntos para lograr sus objetivos.

Rojas (2016) asevera que el liderazgo es la capacidad de mediar con éxito en otros para que puedan actuar con eficacia de acuerdo con su propósito declarado.

Según Chiavenato (2009) menciona que El liderazgo se define como la capacidad de influir en el comportamiento y las acciones de otras personas en una determinada situación, con el propósito de dirigir las hacia la consecución de uno o varios objetivos específicos.

El liderazgo se materializa en todas las esferas de la existencia, ya sea en el entorno familiar, educativo o laboral, etc. Por lo cual, el propósito de un líder y lo que logrará dependerá del contexto en el que se desenvuelva (Contreras, 2008).

Goleman (2013) determina el liderazgo como el arte de persuadir a los demás y motivarlos para lograr sus objetivos comunes es el requisito básico para ser un buen líder.

Indicadores:

- Trabajo en equipo
- Motivación
- Objetivos

Trabajo en equipo

Para Reza, (2003) señala que el trabajo en equipo es un pequeño grupo de personas que demuestran perseverancia con los demás, se comunican abiertamente, son altamente organizados, tienen flexibilidad, les permiten trabajar de manera coordinada.

El trabajo en equipo es una forma organizada de trabajar relacionada con la motivación, el compromiso, la comunicación y el liderazgo para alcanzar los objetivos (Marchetti, 2002).

Según Forte, (2002) define que el trabajo en equipo es la creación de grupos de trabajo que trabajen colaborativamente: autonomía, claridad de roles y funciones del equipo, capacidad de comunicar e informar para que pueda afrontar el entorno dinámicamente cambiante que la empresa necesita o crea.

Motivación

Así mismo, Bacigalupe (2011) señala que el concepto de motivación abarca un amplio espectro y se relaciona con una variedad de aspectos y dimensiones. de elementos fisiológicos y neurológicos que activan, sostienen y orientan la conducta en función del contexto ambiental del individuo.

Finalmente, Tejedor (2014) señala que puede entenderse como la conducta que exhibe una persona en su búsqueda por alcanzar sus objetivos, lo que significa que los empleados que se encuentren altamente motivados mostrarán un desempeño sobresaliente.

Objetivos

Según Gonzales (2004) señala que los objetivos son el final de la misión. Definen metas específicas a alcanzar para lograrlo. Son el segundo paso para determinar el rumbo o dirección de la empresa, y son especialmente importantes porque mientras las aspiraciones no se convierten en metas y compromisos concretos.

Para Castilla (2015) nos hace mención que los objetivos a la larga, son el resultado deseado de la implementación de alguna estrategia y son acciones necesarias para alcanzar las metas.

Asimismo, Correa (2007) señala que tenemos que establecer exactamente los objetivos teniendo en cuenta el intervalo de tiempo especificado para alcanzar. Especifíquelo, el tiempo transcurrido debe tener cuidado para realizar la devolución inversión realizada.

Finalmente, Ángeles (2013) menciona que los objetivos de una organización se expresan por la Política y objetivos establecidos, junto con el propósito y la estrategia de la organización.

Dimensión 3: Desarrollo de capacidades

Gangotea, J. (2007) indica que el desarrollo de capacidades debe intervenir dentro del sistema, con el fin de otorgar a las organizaciones una mayor independencia, eficiencia y competencia en su administración, es imperativo promover la adaptación organizacional y estimular la interacción horizontal.

Los resultados incluyen el aprendizaje organizacional, la mejora de los procesos internos de cooperación, el control de costos internos, la flexibilidad y adaptación al entorno, el incremento en la aptitud para generar productos y servicios, así como la optimización de la gestión y supervisión. Por lo tanto, es necesario que los participantes se comprometan con el desarrollo de capacidades a largo plazo. El aprendizaje se olvida rápidamente si no se mantiene y aplica (Gangotea, 2007).

Por ello (Douglas, 2008) menciona que el desarrollo de aprendizaje y la adquisición de nuevos conocimientos, habilidades y actitudes hacen que las personas y las organizaciones desarrollen sus habilidades. Por esta razón, los resultados de un trabajo de desarrollo de capacidades se calibran mejor observando los cambios en la conducta y el desempeño de las personas y las organizaciones en lugar de investigar los efectos de una intervención externa.

Por último, Barney (1991) mencionó que los recursos de la empresa abarcan la totalidad de los activos, competencias, procedimientos organizacionales, atributos, información y saberes que la empresa supervisa, posibilitando la formulación y ejecución de estrategias con el propósito de optimizar tanto su efectividad como su eficiencia.

Indicadores:

- Capacitación técnica
- Aprendizaje organizacional
- Compromiso organizacional

Capacitación técnica

Solón (2014) Indica que la capacitación técnica engloba el conjunto de transferencias de conocimiento técnico destinadas a elevar el desempeño en la producción o manufactura de bienes y servicios. Este enfoque faculta a los individuos a emplear sus aptitudes y saberes mediante procedimientos, artes o técnicas específicas, con el propósito de proveer la pericia especializada requerida en procesos productivos.

Adicionalmente, Clauson (2010) subraya de forma específica que se trata esencialmente de la ejecución de una actividad fundamental humana, la cual ha sido insuficientemente comprendida incluso en naciones con un menor nivel de desarrollo.

Aprendizaje Organizacional

Como afirma Muñoz-Seca et al. (2003) coinciden que la definición de aprendizaje organizacional es como la habilidad de una entidad corporativa para generar nuevo conocimiento mediante la creación, organización y procesamiento de información.

De acuerdo con Ordóñez de Pablos (2014) indica que es el procedimiento de la búsqueda, obtención, acumulación y aprovechamiento de nuevas habilidades y recursos fundamentados en el conocimiento.

Finalmente, Castañeda (2005) sostienen que el aprendizaje organizacional es el mecanismo mediante el cual las organizaciones se ajustan a las dinámicas cambiantes del entorno externo. Este procedimiento se basa en la generación y utilización del conocimiento por parte de los trabajadores, de acuerdo con su nivel de experiencia y desarrollo profesional.

Compromiso organizacional

Según Arciniega (2002) determina que el compromiso organizacional Se puede conceptualizar como una serie de vínculos que mantienen a un individuo ligado a la entidad, posibilitando la asimilación de los propósitos, políticas y protocolos de la organización, así como su compromiso para alcanzarlos.

Por consiguiente, Juaneda (2007) el compromiso organizacional se define como el sentimiento que tienen las personas hacia su organización, lo que los motiva actuar o comportarse de una manera específica, lo que reduce la probabilidad de que abandonen la organización. En otras palabras, se considera un sistema global que muestra una respuesta positiva generalizada a cada uno de sus componentes y generalmente permanece en el tiempo.

De igual forma, para Chiavenato (2006), el nivel de conexión emocional y emocional de una persona con su organización se conoce como compromiso organizacional. Como resultado, indica su disposición y deseo de continuar participando activamente en la organización como parte integral de sus metas y aspiraciones personales.

En ese mismo contexto, Arciniega (2002) establece la definición del compromiso organizacional como una serie de lazos que los une a la entidad, llevándolos a asumir los objetivos, políticas y procesos de la organización y esforzarse por alcanzarlos.

Finalmente, Montoya (2014) hace mención al compromiso como una serie de valores y principios éticos distintivos de los líderes que, en su búsqueda de logros, mantienen una creencia sólida en la promoción de ideales relacionados con la eficiencia, la organización y la sistematización de las operaciones de la organización.

Variable 2: Crecimiento Empresarial

El crecimiento empresarial representa la combinación de dos fuerzas internas y externas para mejorar las oportunidades del mercado y buscar el mercado adecuado (Puerto, 2010).

Para Canals (2000) determina que el crecimiento empresarial es la expansión de una empresa hacia nuevos mercados, incluidas geografías y clientes. Las empresas en crecimiento se expanden a nuevos mercados y segmentos, nuevas regiones e incluso nuevos países.

El crecimiento empresarial, según las observaciones de Dorta (2006) ha sido abordado desde dos perspectivas distintas en la literatura de la gestión. Por un lado, es concebido como los objetivos anhelados por las organizaciones, lo que conlleva a que la dirección estratégica formal se fundamente en la estrategia de expansión.

Para Ortiz (2005) señala que el crecimiento empresarial tiene como objetivo los diversos sectores (Proveedores, el mercado financiero y de inversiones, y clientes.) en los que la empresa mantiene relaciones.

El crecimiento empresarial es el índice de comportamiento dinámico de la empresa, que mide la capacidad de la empresa para ampliar sus oportunidades comerciales, financieras y tecnológicas (Fernández, 1988).

El crecimiento permite a las empresas adquirir y retener a los mejores empleados, cuyas competencias, habilidades y capacidades se sabe que son una fuente de ventaja competitiva (Charan, 2004).

Por consiguiente, también se considera el crecimiento empresarial se origina a partir de una gestión organizativa efectiva, lo que significa que el crecimiento surge como consecuencia de una gestión apropiada de la entidad corporativa (Dota, 2006).

Finalmente, Fucci (2001) determina el crecimiento como una etapa de acumulación de recursos a lo largo del tiempo. Además, menciona que la alta dirección es la principal fuente de recursos.

Dimensiones:

- Crecimiento Interno
- Crecimiento Externo

Dimensión 1: Crecimiento Interno

Para Sánchez et al. (citado por Rodríguez, 2015) el crecimiento empresarial El objetivo es buscar mejoras internas a través de herramientas, en este caso tecnología.

La incorporación de esta tecnología aportaría ventajas sustanciales a la organización en cuanto a la eficiencia y la excelencia de su producción. Se implementó como un enfoque estratégico en la entidad con el propósito de amplificar la producción, tanto en términos de manufactura como en la formación del personal idóneo para llevarlo a cabo.

Aunque hay muchas formas de llevar a cabo el crecimiento empresarial, la producción Para Vázquez (2014) el crecimiento interno es el aumento dentro de la empresa que se sintetiza en mejorar la productividad para aumentar las ganancias y monitorear el progreso en el mercado.

Por último, Rodero (2021) asevera que el crecimiento interno se refiere a la capacidad de planificar, extraer y actualizar procesos en función del desarrollo efectivo de sus actividades comerciales.

Indicadores:

- Capacidad de planificación
- Producto
- Adquisición de tecnología

Capacidad de planificación

Según Chiavenato (2019) menciona la capacidad de planificar y programar cada parte de los procesos industriales; la planificación es una función importante porque permite a los administradores definir qué, cuándo y cómo se realizarán los aspectos de trabajo. Para garantizar el uso óptimo de los recursos físicos, financieros y humanos, es necesaria la planificación.

Esto se asume porque cada una de las acciones planificadas debe contribuir a la organización desde que se planificaron para apoyar la misión de la organización, es decir, cada uno de los objetivos formulados debe estar en línea con la existencia misma de la organización (Chiavenato, 2019).

Producto

Grant (1991) afirma que un recurso en el discernimiento más vasto es un insumo en un sistema de producción y es la unidad básica de análisis dentro de una empresa.

Según De los Santos (2014) indica que es la persona calificada para desempeñar una función específica dentro de una organización, creando actividades relacionadas con su lugar de trabajo. Se considera uno de los recursos más valiosos de una organización porque representa uno de los pilares más esenciales de la empresa.

Adquisición de tecnología

Rodríguez et al. (2007) menciona que la adquisición de tecnología se basa en el desarrollo de nuevas tecnologías con el objetivo de encontrar soluciones rápidas y económicas, lo que reduce los tiempos y mejora la productividad. Asimismo, su fundamento radica en la creación de tendencias innovadoras en la esfera de la producción y la competitividad del mercado.

De igual manera, según Alvarado (2007) la incorporación o adquisición de tecnología abarca una gama de metas que comprenden la disminución de gastos, el perfeccionamiento constante y el procedimiento de enriquecimiento en el servicio y el producto dirigido a los clientes.

Dimensión 2: Crecimiento Externo

Sánchez et al. citado por Rodríguez (2015) Según ellos nos señalan que el objetivo del crecimiento externo es expandirse en el territorio con la misión de desarrollar la actividad y crear nuevos medios mediante los cuales la organización busca incrementar sus niveles de ventas.

Publicidad

El término «publicidad» la mayor transformación sucedida en la historia de la actividad publicitaria: cuando los fabricantes de productos de gran consumo sustituyeron a los comerciantes como protagonistas de la misma, y cuando una gran publicidad destinada a activar la demanda y a incidir directamente sobre los consumidores, sustituyó a la pequeña publicidad basada en reclamos o avisos que había predominado hasta entonces.

Ventas

De acuerdo con María Llamas (2004) la venta se trata de una disciplina que se enfoca en analizar de qué manera los productos logran cumplir las expectativas y necesidades de los consumidores

Crecimiento económico

Murga (2006), califica al término de desarrollo como “un concepto polisémico que ha sufrido muy diversas, incluso encontradas interpretaciones a lo largo de la historia” (p.8).

2.3 Definición de términos

a) Asociatividad

La Asociatividad es una vía en la cual un propósito compartido entre individuos se cimenta en un enfoque colaborativo con el fin de incrementar la eficiencia de manera integral, apoyándose en la confianza mutua entre los involucrados. Esto permite contribuciones distintivas relacionadas con herramientas, metodologías, saberes y otros aspectos relevantes. (Tobar Ángel, 2017).

b) Producto

Grant (1991) afirma que un recurso en el discernimiento más vasto es un insumo en un sistema de producción y es la unidad básica de análisis dentro de una empresa.

c) Ingresos

Según Guajardo (2005) los ingresos son los recursos que una empresa obtiene como resultado de la venta de servicios o bienes. Solo se consideran ingresos cuando se ofrece un servicio o se vende un producto, no cuando se recibe efectivo.

d) Gestión

Para Rubio (2006) define que la gestión se asocia y trabaja por medio de individuos vinculados a la empresa, generalmente grupos de trabajo y en una organización reiteradas veces se promueve a empleados virtuosos a aceptar responsabilidades para alcanzar metas trazadas.

e) Procesos

Malhotra (2008) indica que un proceso es un conjunto de acciones en las que los recursos se utilizan para producir productos finales que satisfacen las necesidades del cliente.

f) Inversión

La inversión implica asignación de recursos financieros para adquirir activos duraderos o instrumentos de producción (como maquinaria y equipos) que la empresa utilizará durante un largo período de tiempo para generar beneficios económicos significativos (Peumans, 1967).

g) Rentabilidad

La rentabilidad se destaca como uno de los indicadores financieros clave, y posiblemente el más crítico, para evaluar el éxito de una entidad empresarial; también afirma que la rentabilidad sostenible y una política de dividendos cuidadosa mejoran la equidad (Chávez, 2005).

h) Objetivos

Según Gonzales (2004) señala que los objetivos son el final de la misión. Definen metas específicas a alcanzar para lograrlo. Son el segundo paso para determinar el rumbo o dirección de la empresa, y son especialmente importantes porque mientras las aspiraciones no se convierten en metas y compromisos concretos, las misiones dejan de ser simplemente buenas intenciones para acciones concretas.

i) Posicionamiento

Para Jiménez (2014) señala que el posicionamiento “significa enfatizar las características distintivas que la hacen diferente de sus competidores y la hacen atractiva al público”. (p.85)

j) Capacitación

La capacitación es la formación o el crecimiento individual representan las acciones emprendidas dentro de una entidad en correspondencia a sus requerimientos, con la finalidad de realzar la disposición, el saber, las destrezas o las conductas de los individuos.

k) Cooperación

De acuerdo con Fabián Cohelo (2011) determina que la cooperación es un conjunto de acciones y esfuerzos que realizamos juntos para lograr un objetivo compartido.

l) Comunicación

Es intercambio de información entre personas. Medios para el intercambio de información. es un proceso que consiste en decodificar e interpretar un mensaje específico para transmitir información entre un emisor y un receptor.

m) Gestión

La gestión se establece en una relación directa con un líder dentro de una entidad quien posee una perspectiva holística de las posibilidades existentes y la manera de capitalizarlas (Arteaga, 2013).

ñ) Personal

Según De los Santos (2014) indica que es la persona calificada para desempeñar una función específica dentro de una organización, creando actividades relacionadas con su lugar de trabajo.

n) Adquisición de tecnología

Alvarado (2007) la incorporación o adquisición de tecnología abarca una gama de metas que comprenden la disminución de gastos, el perfeccionamiento constante y el procedimiento de enriquecimiento en el servicio y el producto dirigido a los clientes.

o) Capacitación técnica

Solón (2014) Indica que la capacitación técnica engloba el conjunto de transferencias de conocimiento técnico destinadas a elevar el desempeño en la producción o manufactura de bienes y servicios.

p) Aprendizaje organizacional

De acuerdo con Muñoz-Seca et al. (2003) Convergen en la perspectiva de que el aprendizaje organizacional representa la habilidad de una organización para concebir, estructurar y manejar información, facilitando la generación de conocimientos innovadores.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de Investigación

Para determinar cómo se relaciona La Asociatividad con el Crecimiento Empresarial en la Asociación de productores. El estudio es descriptivo correlacional y su objetivo principal es determinar cómo se relacionan las dos variables., lo cual se detalla de manera razonable a través de encuestas realizadas a cada uno de los socios. A partir de aquí se obtendrán las conclusiones y el nivel de confiabilidad de los futuros resultados.

Descriptivo

Para Tamayo (2006) La investigación descriptiva es un método de investigación que implica observar, registrar, analizar y comprender en profundidad los aspectos esenciales de los fenómenos contemporáneos. Su enfoque se dirige hacia la identificación de patrones predominantes y el funcionamiento actual de individuos, grupos o elementos. La característica distintiva de la investigación descriptiva radica en su capacidad para brindar una interpretación detallada y precisa de la realidad que se está estudiando.

Correlacional

Según Hernández (2003) menciona que la investigación correlacional es un tipo de investigación que se dedica a analizar la relación entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto particular. En este tipo de estudios, se busca determinar la intensidad de la conexión que existe entre estas dos o más variables mediante métodos cuantitativos.

3.2 Diseño de estudio

El diseño del trabajo de investigación fue un diseño transaccional descriptivo relacionado no experimental. De acuerdo con Hernández et al. (2010) Explica que el diseño constituye un esquema o táctica destinado a adquirir la información indispensable para una investigación. Diseño no experimental: La investigación no experimental es un tipo de investigación en la que solo se observa un fenómeno en su entorno natural y luego se analiza sin alterar deliberadamente las variables involucradas.

De corte transversal

De acuerdo con Hernández, et al (2018) señalaron que el estudio es de corte transversal, lo que significa que comprende su elaboración a lo largo de un período de tiempo específico, por lo que se distingue por su dimensión temporal.

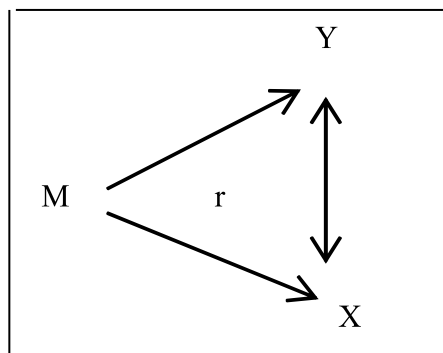
Así mismo, Baptista (2010) define un diseño de estudio transversal para recopilar información en un momento dado a la vez. El objetivo es encontrar variables y evaluar su impacto e interrelaciones en momentos concretos.

Por esta razón, el análisis se llevará a cabo en un momento determinado, según los estándares de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios y de acuerdo con la situación actual en tiempos de dificultades sociales y económicas.

No experimental

Toro y Parra (2006) enfatizan que un diseño no experimental es el proceso que se lleva a cabo sin realizar ninguna manipulación intencional: el investigador no reemplaza intencionalmente las variables. Para analizarlos más tarde, observa los hechos tal y como se presentan en su contexto real y si se presentan en un momento determinado.

El diseño no experimental se divide en dos categorías: transversal y longitudinal. Este estudio solo utilizó el transversal. Este diseño se asocia con el diagrama siguiente:



En el que:

M = Muestra

X = Variable 1 “Asociatividad”

Y = Variable 2 “Crecimiento empresarial”

R = Relación entre las 2 variables

Enfoque: Cuantitativo

La investigación básica es un tipo de investigación que se enfoca en parámetros específicos para obtener nuevos conocimientos. Es así que, para Hernández et al. (2014) los hallazgos de este tipo de investigación siempre beneficiarán a la población muestral.

De esta manera, se consideró un estudio cuantitativo porque los resultados acopiados fueron medidos y analizados a través de un software estadístico. Según Sánchez y Reyes (2015) los estudios cuantitativos o cuantificables se fundamentan en términos estadísticos utilizando una encuesta escala tipo Likert.

El estudio actual adopta un enfoque cuantitativo debido a que se basa en los resultados estadísticos se obtuvieron a través de la prueba de hipótesis, con el objetivo de validar la aceptación de la hipótesis alternativa, donde se constatan conexiones entre la Asociatividad y el Crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata.

Población y Muestra

Población

De acuerdo con Arias (2012) explica que: “población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para las cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación” (pág. 81). Así mismo, la población en estudio estuvo constituida por 40 participantes entre ellos socios y directiva las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

Tabla 1

Población de los miembros de la Asociación de Productores Agropecuarios y Apicultores las colmenas de Tambopata.

Cargos:	<i>Presidente</i>	<i>Vice Presidente</i>	<i>Tesorero</i>	<i>Secretario</i>	<i>vocal</i>	<i>Socios</i>	<i>total</i>
Cantidad :	1	1	1	1	1	35	40

Nota. Directiva – 2022 – Asociación de Productores Agropecuarios y Apicultores las colmenas de Tambopata.

Muestra

Según Tamayo y Tamayo (2006) afirma que la muestra; “Es el conjunto de acciones que se llevan a cabo para investigar la distribución de determinados rasgos en una población, universo o colectivo en su totalidad, comenzando con la observación de una parte de la población considerada”. (pág. 176)

Por lo tanto, la muestra censal de esta investigación consistió en 40 participantes de la población de estudio, incluidos socios y líderes de la asociación.

3.3 Métodos y Técnicas

Los métodos y técnicas nos explican detalladamente cómo La investigación fue realizada. Esto permitió explicar las características de los métodos utilizados y la validez de los resultados, incluida la información pertinente para comprender y demostrar la capacidad de recopilar los hallazgos de la investigación. (Abreu, 2012).

Técnicas

De acuerdo con López (2016) La investigación cuantitativa se basa en mucho más estructurada porque busca medir variables previamente establecidas, por lo que en este apartado se hablará del cuestionario. como medio y método de encuesta.

Observación: Sierra y Bravo (1984) el término se refiere a la inspección y investigación realizada por un investigador mediante el uso de sus propios sentidos, con o sin ayuda de herramientas técnicas, de objetos o hechos de interés social de manera espontánea y sin intervención de equipos técnicos.

Encuesta: la encuesta es una forma de recopilar una secuencia de datos relacionada con una muestra calculada que representa a su población mediante el uso de conjunto de técnicas de descubrimiento estandarizadas (García, 2020).

Instrumento: Cuestionario

El cuestionario se utilizó para recopilar información. Por ello, Baena (2017) menciona que: “es un conjunto de preguntas o interrogantes elaboradas para obtener una respuesta más precisa del encuestado”. (p. 82)

Así, la investigación presentará 22 ítems relacionados con la Asociatividad y el Desarrollo Empresarial, que se aplicó a un grupo de 40 participantes, todos miembros de la Asociación de Productores Agropecuarios y Apicultores las Colmenas de Tambopata.

Para la variable 1: Asociatividad y la variable 2: Crecimiento Empresarial, por lo cual se usará un cuestionario con una escala de tipo Likert:

Nunca **(1)** Casi nunca **(2)** A veces **(3)** Casi siempre **(4)** Siempre **(5)**

Validez de los instrumentos

Sánchez et al. (2018) Indicaron que es: “la capacidad de un cuestionario para medir con eficacia diversas categorías o variables se evalúa mediante la validación de las preguntas a través de la opinión de expertos”. (p.124)

Es así que, el cuestionario se validó por profesionales con grados de Magister y Doctor y las preguntas se clasificaron de acuerdo con los estándares de claridad, relevancia y pertinencia.

Tabla 2

Validez por jueces expertos

Expertos	Grado	Revisión
1. Néstor Gallegos Ramos	Doctor	Aplicable
2. Ruth Torren Medrano	Doctora	Aplicable
3. Jorge Eulogio Pérez Gratelly	Magister	Aplicable

Nota: Elaboración propia

Confiabilidad

Por consiguiente, Sánchez et al. (2018) afirmó que: “Es el nivel de grado de confianza de un cuestionario, para establecer u obtener resultados más acordes a la problemática”. (pág. 35)

Es así que, en los estudios de investigación, se requiere un nivel de eficacia de los instrumentos al evaluar la variable a calcular.

Las fórmulas alfa de Cronbach y el modo de discernimiento de expertos se utilizaron para lograrlo.

Técnica de alfa de Cronbach

Analizamos varios estudios de corte relacionados con nuestra pretensión académica, y nos inclinamos por el nivel de calificación para definir la veracidad y garantía de cada instrumento en función de las similitudes y características.

Análisis de fiabilidad del instrumento asociatividad

Tabla 3

Resultado de fiabilidad de la asociatividad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,801	11

Nota: SPSS v27

De acuerdo a la tabla 3 que analizó la fiabilidad del instrumento cuestionario de la variable asociatividad se obtuvo un resultado de ,801 de la cual se consideró como un instrumento bueno y valido para su aplicación.

Análisis de fiabilidad del instrumento crecimiento empresarial

Tabla 4

Resultado de fiabilidad del crecimiento empresarial

Alfa de Cronbach	N° de elementos
,719	11

Nota: SPSS v27

De acuerdo a la tabla 4 que analizó la fiabilidad del instrumento cuestionario de la variable crecimiento empresarial la cual se obtuvo un resultado de ,719 por lo que se consideró como un instrumento aceptable y valido para su aplicación.

3.4 Tratamiento de Datos

Una vez finalizada las encuestas realizadas a los socios sobre “Relación entre la Asociatividad y el Crecimiento empresarial en la Asociación de Productores Agropecuarios y Apicultores las Colmenas de Tambopata - Madre de dios, periodo 2022”.

Se realizó el vaciado de las encuestas estadísticamente, posteriormente se interpretó mediante gráficos y el análisis de los resultados para ello se usó el Instrumento de Análisis de Datos – SPSS. Siendo una herramienta de software estadístico ampliamente empleada en las disciplinas científicas exactas, sociales y aplicadas, este programa presenta una interfaz intuitiva que simplificó la mayoría de los análisis de datos, demostrando una eficaz capacidad de manejo de conjuntos de datos voluminosos.

Correlación de Spearman

Cuando se miden simultáneamente dos variables en cada individuo o sujeto que integra el conjunto o subconjunto en estudio en una población o muestra, se producen datos bivariantes.

Aspectos éticos

Las normas éticas que legitiman la investigación son cruciales para su ejecución. A continuación, se explica:

Conducta ética: Ha sido transparentada en todo el proceso, la información no ha sido manipulada ni mangoneada para otros propósitos, y la postura ha sido imparcial y objetiva sobre el tema estudiado.

Anonimato: para garantizar que cada respuesta sea objetiva y significativa para los resultados de la investigación, toda la información recopilada se ha tratado de manera confidencial sin mencionar ni detallar a cada participante.

Respeto a la propiedad intelectual: Se han considerado las referencias de todos los autores involucrados en la investigación, desde teorías hasta investigaciones, publicaciones, etc.

Confidencialidad: Las fuentes de información, así como los diversos datos que se derivan de la investigación, han sido protegidos, sin revelar las formas y procedimientos utilizados para presentarlos.

Honestidad: debido a que los datos se han obtenido sin alteraciones y no se han utilizado los datos extraídos para otros propósitos, la información es precisa.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

Se ha realizado un análisis estadístico de cómo se aplicaron los instrumentos a la muestra seleccionada, y los resultados se muestran en tablas y figuras. Estas tablas y figuras muestran las frecuencias, proporciones y dimensiones de las variables, tanto en valores absolutos como en porcentajes.

En la investigación, el uso de herramientas estadísticas es crucial porque permite analizar los datos de manera objetiva y llegar a conclusiones más precisas. Al presentar los resultados en tablas y figuras, se facilita su visualización y comprensión, lo que ayuda a transmitir la información de manera clara y concisa.

Es importante tener en cuenta que el análisis estadístico implica no solo la recopilación de datos, sino también su interpretación.

4.1. Resultados estadísticos de nivel descriptivo

Descripción de niveles de la variable asociatividad y sus dimensiones

Tabla 5

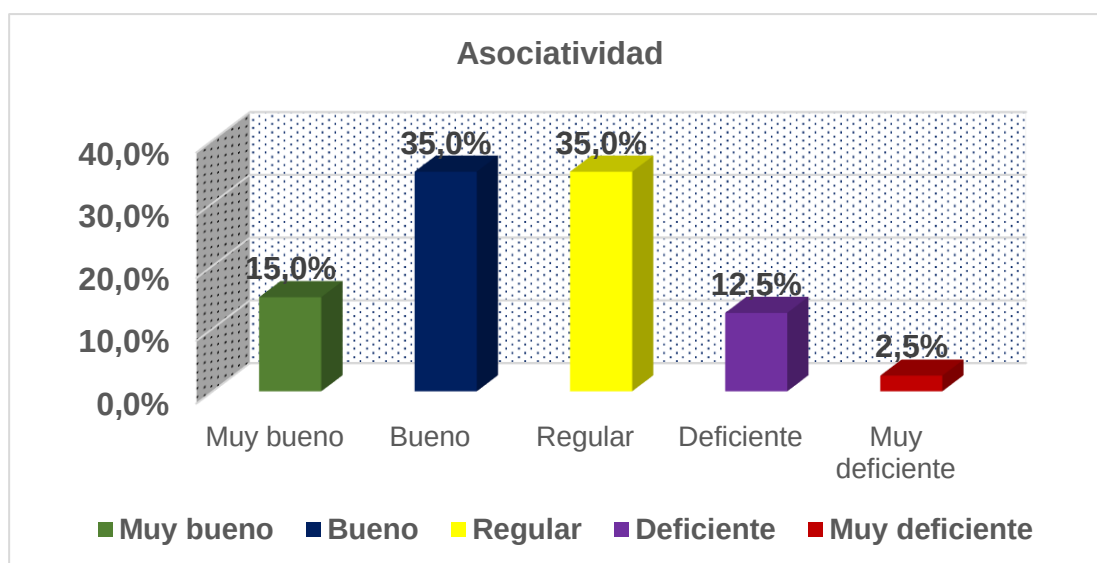
Descripción de frecuencias y porcentajes de la asociatividad

	Frecuencias	Porcentajes
Muy bueno	6	15.0%
Bueno	14	35.0%
Regular	14	35.0%
Deficiente	5	12.5%
Muy deficiente	1	2.5%
Total	40	100.0%

Nota: SPSS v27

Figura 1

Representación en medidas porcentuales de la asociatividad



Como interpretación se pudo evidenciar que la **tabla 5** al igual que la **figura 1** demostraron que la variable asociatividad fue considerada por la muestra objeto de investigación en un nivel mayor de “Bueno” y “Regular” ambos presentando una frecuencia de 14 encuestados con representación porcentual del 35%. En segundo nivel se encontró al “Muy bueno” con una frecuencia de 6 encuestados y 15%, en tercer nivel a “Deficiente” con una frecuencia de 5 encuestados y 12.5%, finalmente de ultimo nivel a “Muy deficiente” con una frecuencia de 1 encuestado y representación porcentual del 2.5%.

Dimensión cooperación de la variable asociatividad

Tabla 6

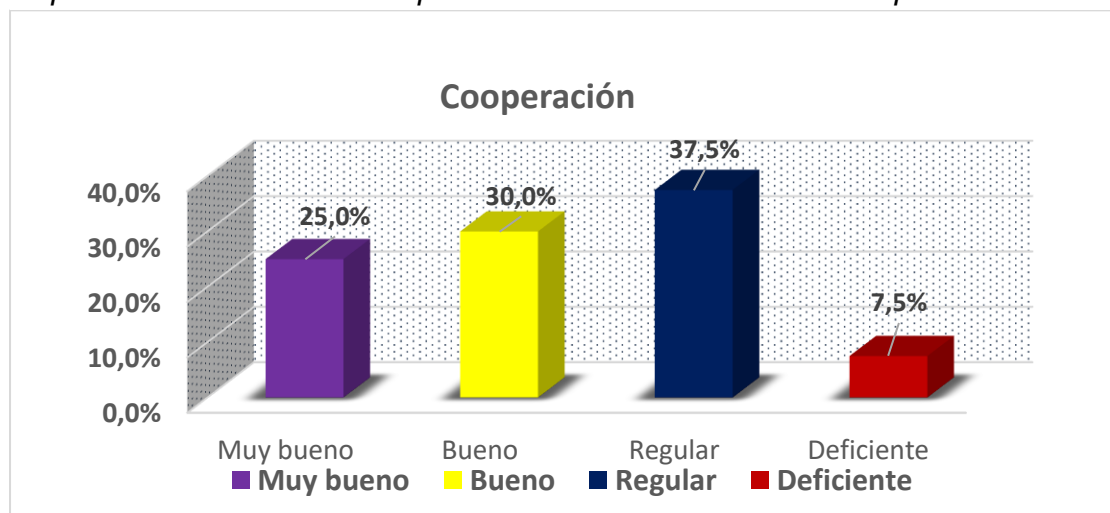
Descripción de frecuencias y porcentajes de la dimensión cooperación

	Frecuencias	Porcentajes
Muy bueno	10	25.0%
Bueno	12	30.0%
Regular	15	37.5%
Deficiente	3	7.5%
Total	40	100.0%

Nota: SPSS v27

Figura 2

Representación en medidas porcentuales de la dimensión cooperación



Como interpretación se pudo evidenciar que la **tabla 6** al igual que la **figura 2** demostraron que la dimensión cooperación que es parte de la variable asociatividad fue considerada por la muestra objeto de estudio en un nivel mayor de “Regular” presentando una frecuencia de 15 encuestados con representación porcentual del 37.5%. En segundo nivel se encontró al “Bueno” con una frecuencia de 12 encuestados representado en un 30%, en tercer nivel a “Muy bueno” con una frecuencia de 10 encuestados representado en un 25%, finalmente a nivel “Deficiente” con una frecuencia de 3 encuestados y representación porcentual de 7.5%.

Dimensión liderazgo de la variable asociatividad

Tabla 7

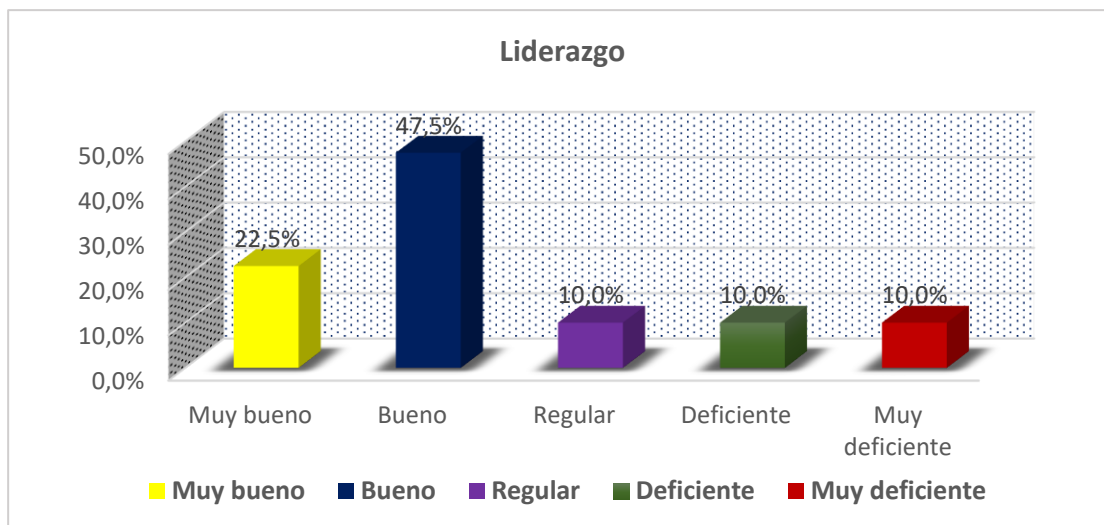
Descripción de frecuencias y porcentajes de la dimensión liderazgo

	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	9	22.5%
Bueno	19	47.5%
Regular	4	10.0%
Deficiente	4	10.0%
Muy deficiente	4	10.0%
Total	40	100.0%

Nota: SPSS v27

Figura 3

Representación en medidas porcentuales de la dimensión liderazgo



Como interpretación se evidenció que la **tabla 7** al igual que la **figura 3** demostraron que la dimensión liderazgo que es parte de la variable asociatividad fue considerada por la muestra objeto de estudio en un nivel mayor de “Bueno” presentando una frecuencia de 19 encuestados con representación porcentual del 47.5%. En segundo nivel se encontró al “Muy bueno” con una frecuencia de 9 encuestados representado en un 22.5%, finalmente en tercer nivel existieron tres categorías de “Regular”, “Deficiente” y “Muy deficiente” que respondieron mismos rangos, ambos con una frecuencia de 4 encuestados representado en un 10% cada uno respectivamente.

Dimensión desarrollo de capacidades de la variable asociatividad

Tabla 8

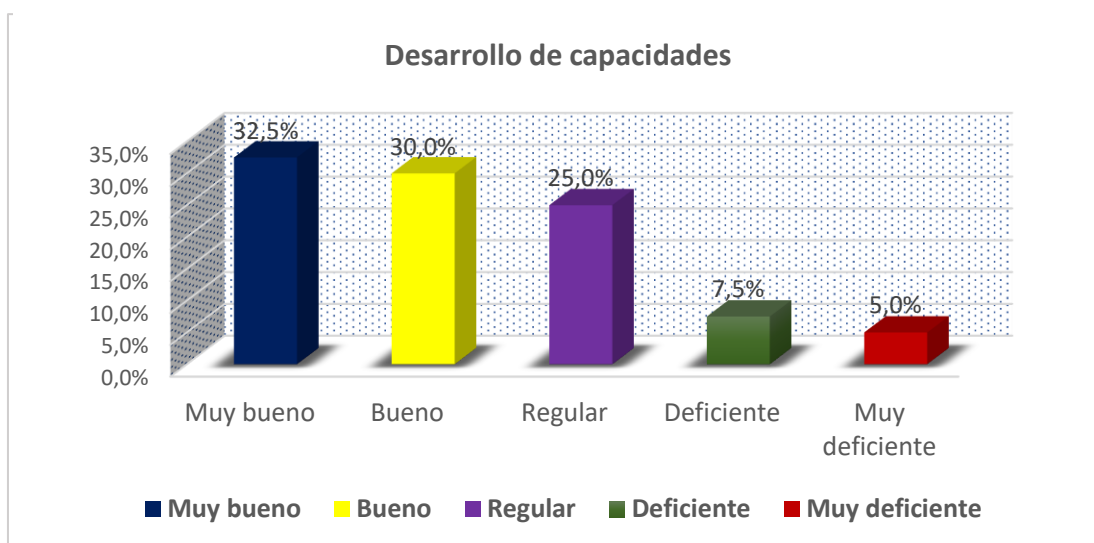
Descripción de frecuencias y porcentajes de la dimensión desarrollo de capacidades

	Frecuencias	Porcentajes
Muy bueno	13	32.5%
Bueno	12	30.0%
Regular	10	25.0%
Deficiente	3	7.5%
Muy deficiente	2	5.0%
Total	40	100.0%

Nota: SPSS V27

Figura 4

Representación en medidas porcentuales de la dimensión de desarrollo de capacidades



Se evidenció que la **tabla 8** al igual que la **figura 4** demostraron que la dimensión desarrollo de capacidades que es parte de la variable asociatividad fue considerada por la muestra objeto de estudio en un nivel mayor de “Muy bueno” presentando una frecuencia de 13 encuestados con representación porcentual del 32.5%. En segundo nivel se encontró al “Bueno” con una frecuencia de 12 encuestados representado en un 30%, en tercer nivel a “Regular” con una frecuencia de 10 encuestados representado en 25%, en cuarto nivel “Deficiente” con una frecuencia de 3 encuestados y representación porcentual del 7.5% y finalmente al nivel “Muy deficiente” con una frecuencia y porcentaje de 2 encuestados y 5%.

Variable crecimiento empresarial

Tabla 9

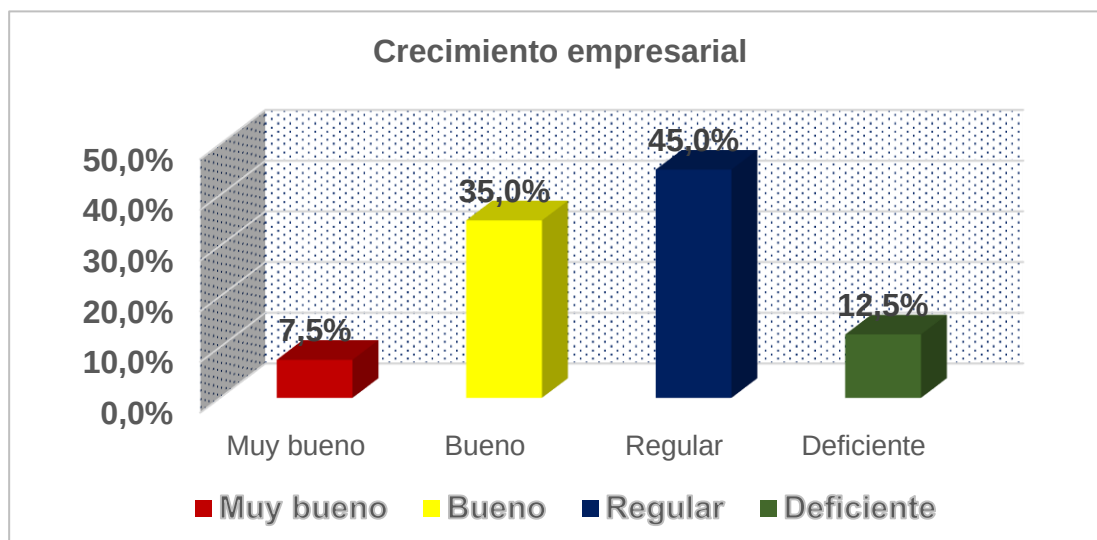
Descripción de frecuencias y porcentajes del crecimiento empresarial

	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
Muy bueno	3	7.5%
Bueno	14	35.0%
Regular	18	45.0%
Deficiente	5	12.5%
Total	40	100.0%

Nota: SPSS v27

Figura 5

Representación en medidas porcentuales del crecimiento empresarial



Como interpretación se evidenció que la **tabla 9** al igual que la **figura 5** demostraron que la variable crecimiento empresarial fue considerada por la muestra objeto de estudio en un nivel mayor de “Regular” presentando una frecuencia de 18 encuestados con representación porcentual del 45%.

En segundo nivel se encontró al “Bueno” con una frecuencia de 14 encuestados y 35%, en tercer nivel a “Deficiente” con una frecuencia de 5 encuestados y 12.5%, finalmente de ultimo nivel a “Muy bueno” con una frecuencia de 3 encuestados y representación porcentual del 7.5%.

Dimensión crecimiento interno de la variable crecimiento empresarial

Tabla 10

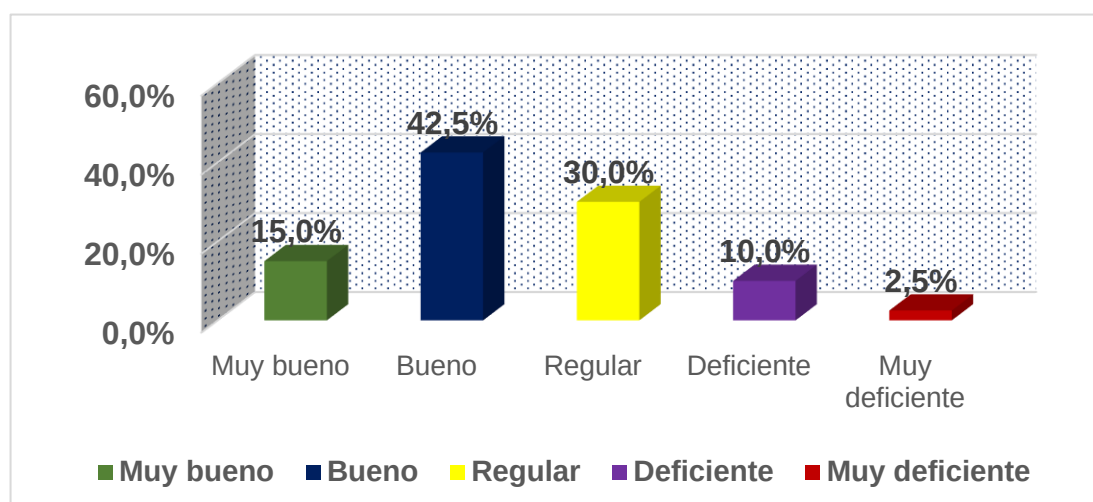
Descripción de frecuencias y porcentajes de la dimensión crecimiento interno

	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	6	15.0%
Bueno	17	42.5%
Regular	12	30.0%
Deficiente	4	10.0%
Muy deficiente	1	2.5%
Total	40	100.0%

Nota: SPSS V27

Figura 6

Representación en medidas porcentuales de la dimensión crecimiento interno



Se evidenció que la **tabla 10** al igual que la **figura 6** demostraron que la variable crecimiento empresarial se compone del factor crecimiento interno fue considerada por la muestra objeto de estudio en un nivel mayor de “Bueno” presentando una frecuencia de 17 encuestados con representación porcentual del 42.5%. En segundo nivel se encontró al “Regular” con una frecuencia de 12 encuestados representado en un 30%, en tercer nivel a “Muy bueno” con una frecuencia de 6 encuestados representado en un 15%, en cuarto nivel “Deficiente” con una frecuencia de 4 encuestados y representación porcentual del 10% y finalmente al nivel “Muy deficiente” con una frecuencia y porcentaje de 1 encuestados y 2.5%.

Dimensión crecimiento externo de la variable crecimiento empresarial

Tabla 11

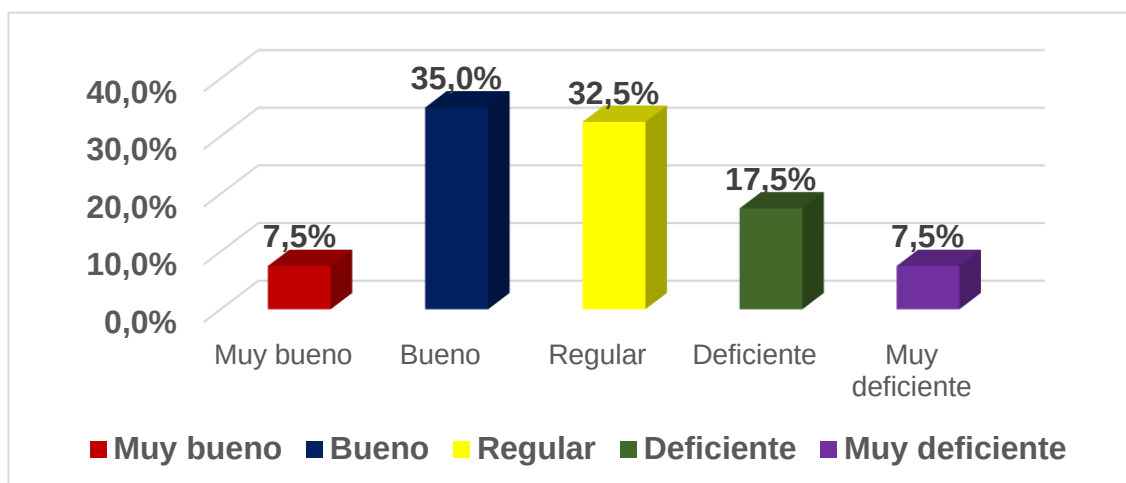
Descripción de frecuencias y porcentajes de la dimensión crecimiento externo

	Frecuencia	Porcentaje
Muy bueno	3	7.5%
Bueno	14	35.0%
Regular	13	32.5%
Deficiente	7	17.5%
Muy deficiente	3	7.5%
Total	40	100.0%

Nota: SPSS v27

Figura 7

Representación en medidas porcentuales de la dimensión crecimiento externo



Se evidenció que la **tabla 11** al igual que la **figura 7** demostraron que la dimensión crecimiento externo que es parte de la variable crecimiento empresarial fue considerada por la muestra objeto de estudio en un nivel mayor de “Bueno” presentando una frecuencia de 14 encuestados con representación porcentual del 35%. En segundo nivel se encontró al “Regular” con una frecuencia de 13 encuestados representado en un 32.5%, en tercer nivel a “Deficiente” con una frecuencia de 7 encuestados representado en un 17.5%, en cuarto nivel existió un empate entre “Deficiente” y “Muy bueno” cuyos resultados fue 3 encuestados cada uno de y una representación porcentual del 7.5% respectivamente.

4.2. Resultados estadísticos de nivel inferencial

Prueba de normalidad para la elección de las pruebas paramétricas y no paramétricas

Regla de decisión:

1. Si el p valor es menor que ,005, entonces se acepta la hipótesis en que las variables no presentan distribución normal, por lo que en consecuencia se adaptaría a trabajar con las pruebas no paramétricas.
2. Si el p valor es mayor o igual que ,005, entonces se acepta la hipótesis en que las variables si presentan distribución normal, por lo que en consecuencia se adaptaría a trabajar con las pruebas paramétricas.

Tabla 12*Prueba de normalidad para las variables de estudio*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.
Asociatividad	,820	40	,000
Crecimiento empresarial	,921	40	,000

Nota: SPSS

De acuerdo a la **tabla 12**, se evidenció que en el análisis de la distribución de la normalidad para la variable asociatividad y crecimiento empresarial, ambas variables presentaron en corroboración de la prueba de Shapiro-Wilk cuya evaluación se realizó con muestras menores a 50 unidades y que nos permitió determinar la inexistencia de la normalidad en los datos recopilados por ambas variables; esto sustentado en que ambas variables presentaron un p valor menor a ,05 por lo que se aceptó la hipótesis de no normalidad y la elección de las pruebas de correlación no paramétricas siendo Rho de Spearman como la indicada para el estudio.

Prueba de hipótesis general en la investigación

Regla de significancia

Si p valor o α sea menor que .05, entonces se acepta la hipótesis de estudio, en caso opuesto se rechaza la hipótesis y acepta la hipótesis nula.

Hipótesis general: Existe relación entre la asociatividad y el crecimiento empresarial en los productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata - Madre de Dios, Periodo 2022.

Hipótesis nula: La asociatividad no se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata - Madre de Dios, Periodo 2022.

Tabla 13*Prueba de correlación de la hipótesis general*

			Asociatividad	Crecimiento empresarial
Rho de Spearman	Asociatividad	Coeficiente de correlación	1,000	,479**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	40	40
	Crecimiento empresarial	Coeficiente de correlación	,479**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	40	40

Nota: SPSS v27

La interpretación de la Tabla 13, que utilizó la prueba de correlación Rho de Spearman, corroboró la hipótesis de investigación. Los datos obtenidos respaldaron la aceptación de la hipótesis general, confirmando así la existencia de una relación significativa entre las variables de asociatividad y crecimiento empresarial en los productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022. La validación de la hipótesis se fundamentó en un valor de significancia (p-valor) de 0.002, que es inferior al umbral estándar de 0.05. Además, se observó que el coeficiente de correlación del modelo estadístico fue de 0.479, lo cual indica la presencia de una relación entre las variables estudiadas.

Prueba de hipótesis específica I en la investigación

Regla de significancia:

Si p valor o α sea menor que .05, entonces se acepta la hipótesis de estudio, en caso opuesto se rechaza la hipótesis.

Hipótesis alterna: La cooperación se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

Hipótesis nula: La cooperación no se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

Tabla 14*Prueba de correlación de la hipótesis específica I*

			Cooperación	Crecimiento empresarial
Rho de Spearman	Cooperación	Coeficiente de correlación	1,000	,205
		Sig. (bilateral)	.	,204
		N	40	40
	Crecimiento empresarial	Coeficiente de correlación	,205	1,000
		Sig. (bilateral)	,204	.
		N	40	40

Nota: SPSS v27

Interpretando a la **tabla 14**, donde se utilizó la prueba de correlación Rho de Spearman para validar la hipótesis de estudio, cuyos resultados permitieron la aceptación de la hipótesis nula, que rechaza la existencia de una relación entre la dimensión cooperación y la variable crecimiento empresarial en los productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022. Esta aceptación fue sustentada en los resultados de p valor o significancia del $P = 0,204$; siendo este valor mayor al nivel de significancia o margen de error (0,05). Adicionalmente se pudo destacar que el coeficiente de correlación del modelo estadístico resultó ser del 0,205 que se interpretó como la inexistencia de una relación entre la dimensión cooperación y la variable crecimiento empresarial.

Prueba de hipótesis específica II en la investigación

Regla de significancia:

Si p valor o α sea menor que .05, entonces se acepta la hipótesis de estudio, en caso opuesto se rechaza la hipótesis.

Hipótesis alterna: El liderazgo se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata - Madre de Dios, Periodo 2022.

Hipótesis nula: El liderazgo no se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata - Madre de Dios, Periodo 2022.

Tabla 15

Prueba de correlación de la hipótesis específica II

			Liderazgo	Crecimiento empresarial
Rho de Spearman	Liderazgo	Coeficiente de correlación	1,000	,544**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	40	40
	Crecimiento empresarial	Coeficiente de correlación	,544**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	40	40

Nota: SPSS v27

La interpretación de la Tabla 15, que aplicó la prueba de correlación Rho de Spearman, sustentó la validación de la hipótesis específica II. Los resultados obtenidos respaldaron la aceptación de una relación significativa entre la dimensión de liderazgo y el crecimiento empresarial en la población de productores agropecuarios y apicultores de las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, durante el periodo del año 2022. Esta confirmación se basa en un p-valor de 0.000, el cual es significativamente inferior al criterio estándar de 0.05. Además, se destacó que el coeficiente de correlación obtenido en el modelo estadístico fue de ,544 lo que se interpreta como una relación positiva y de moderada intensidad entre la dimensión y la variable examinadas.

Prueba de hipótesis específica III en la investigación

Regla de significancia:

Si p valor o α sea menor que .05, entonces se acepta la hipótesis de estudio, en caso opuesto se rechaza la hipótesis.

Hipótesis alterna: El desarrollo de capacidades se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la asociación de productores

agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.

Hipótesis nula: El desarrollo de capacidades no se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata - Madre de Dios, Periodo 2022.

Tabla 16

Prueba de correlación de la hipótesis específica III

			Desarrollo de capacidades	Crecimiento empresarial
Rho de Spearman	Desarrollo de capacidades	Coeficiente de correlación	1,000	,483**
		Sig. (bilateral)	.	,002
		N	40	40
	Crecimiento empresarial	Coeficiente de correlación	,483**	1,000
		Sig. (bilateral)	,002	.
		N	40	40

Nota: SPSS v27

Examinando la **tabla 16**, que validó la hipótesis del estudio con la prueba de correlación Rho de Spearman, los resultados permitieron aceptar la hipótesis específica III, que aceptó la existencia de una relación entre la dimensión de desarrollo de capacidades y la variable de crecimiento empresarial en los productores agropecuarios y apicultores de las colmenas de Tambopata, Madre de Dios, 2022. Los resultados mostraron un valor p o significancia de .002, lo que es un valor inferior a .05. Adicionalmente, se pudo observar que el coeficiente de correlación del modelo estadístico fue de ,483, lo que indicaba una relación moderada y positiva entre la dimensión y la variable examinada.

DISCUSIÓN

Se realizó la tesis intitulada Relación entre la asociatividad y el crecimiento empresarial en la asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata - Madre de dios, periodo 2022 y se llegó a las siguientes discusiones:

En cuanto a la hipótesis general se encontró que: Existe relación entre las variables asociatividad y crecimiento empresarial en los productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022; Los resultados mostraron un valor p o significancia de .002, lo que es un valor inferior a .05. Adicionalmente, se pudo observar que el modelo estadístico arrojó un cd del 479, lo que indicaba una relación moderada y positiva entre las variables examinadas. Lo que coincide con Gonzales (2018) La siguiente hipótesis fue presentada y contrastada con datos estadísticos: Como el valor del nivel de significancia es menor a 0,05, se acepta la hipótesis de investigación, la asociatividad tiene un impacto significativo en el desarrollo económico. Es posible demostrar que las variables están relacionadas entre sí de manera estadísticamente significativa. Por lo tanto, se afirma que la asociatividad tiene un gran impacto en el progreso o crecimiento económico de los cultivadores de cacao en la región de Los Ríos. Además, el coeficiente de correlación Rho de Spearman de .364 indica que las variables tienen una correlación ligeramente positiva entre sí.

Por tanto, Tobar (2017) definió que la asociatividad es un canal en el que un objetivo común entre personas o grupos se basa en estrategias colaborativas para aumentar la productividad global, basado en la confianza entre sus participantes y permite realizar diversas aportaciones relacionadas.

De tal manera que Acevo (2018) Creo que la asociatividad es una forma de trabajo en equipo en la que los líderes y los participantes tienen un papel importante, trabajando juntos para encontrar metas y objetivos compartidos que contribuyan a su desarrollo económico y social.

En lo que respecta a la hipótesis específica I, se descubrió que: la prueba de correlación Rho de Spearman, cuyos hallazgos permitieron la aceptación de la hipótesis nula, que rechazó la existencia de una relación entre la dimensión uno de la asociatividad, que es: cooperación y la variable crecimiento empresarial en los productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022. Los resultados de p valor o significancia del respaldaron esta aceptación P v de .204, siendo este valor mayor a .05. Adicionalmente se pudo destacar que resultó ser del ,205 entre las variables analizadas. Sin embargo, a diferencia de Retamozo (2017) su investigación tuvo como idea debido a que el crecimiento empresarial de los productores de maíz está directamente relacionado con el productor no asociado. El crecimiento empresarial aumenta y el nivel de asociatividad se fortalece, según el coeficiente de correlación de Spearman ($r=,601^{**}$). Sin embargo, los resultados de las dimensiones de cooperación, el poder de negociación, la cuota de mercado y las ventas mostraron una relación moderada alta para los productores asociados en comparación con los resultados de los productores individuales.

En este contexto, Cohelo (2011) dijo que la cooperación es el resultado de una estrategia de trabajo en equipo que utiliza una variedad de métodos para ayudar a lograr los objetivos, como el trabajo en equipo, la asignación de tareas, la delegación de responsabilidades y la acción coordinada.

Por otro lado, en cuanto a la hipótesis específica II Se descubrió que el crecimiento empresarial está positivamente relacionado con el liderazgo. La prueba de correlación Rho de Spearman se utilizó para validar la hipótesis del estudio. Por lo tanto, los resultados nos permitieron aceptar la hipótesis específica II, que reconoce la existencia de una relación entre la dimensión dos de la variable Asociatividad que es liderazgo y la variable crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022. Esta confirmación fue sustentada en los resultados de p valor o significancia del .000, siendo este valor menor a .05. Adicionalmente se pudo destacar que el coeficiente de correlación resultó ser del ,544 que se interpretó como una relación moderada y positiva entre la dimensión y variable analizadas. Coincidiendo con Villao

(2022) donde los resultados obtenidos Se descubrieron que las expectativas de asociatividad de los productores tienen un impacto en la disposición de los productores a unirse en una asociación para comercializar sus productos en la parroquia. Se utilizó el estadístico chi-cuadrado para evaluarlo y se encontró un valor p de 0,000, que era inferior al nivel de significancia establecido de 0,05. Como resultado, se aceptó la hipótesis alternativa mientras que se descartó la hipótesis nula. En consecuencia, se puede concluir que la Asociatividad tiene un impacto significativo en la mejora económica de los agricultores de la parroquia El Anegado, ubicada en el cantón.

Por ello, coincidieron con la definición de Perego (2014) donde señaló que la asociatividad es la capacidad social de las personas, que les permite ser competentes y a la vez lograr objetivos compartidos. a través de las asociaciones de personas, lo que da como resultado respuestas comunitarias. En otras palabras, se usa para mejorar los resultados al unir planes conjuntos que involucran a productores del mismo sector para formar parte de una empresa asociada.

Por último, en cuanto a la hipótesis específica III se encontró que: El desarrollo de capacidades se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial la cual se empleó la prueba de correlación Rho de Spearman para validar la hipótesis del estudio, cuyos resultados permitieron aceptar la hipótesis específica III, que aceptó que existe una relación entre la dimensión tres de la variable asociatividad que es: desarrollo de capacidades y la variable crecimiento empresarial en la asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022. Esta admisión o acogida fue respaldado por los resultados que mostraron un valor p o significancia de.002, que era inferior a.05. Adicionalmente, es importante destacar que los coeficientes de correlación del modelo estadístico dieron como resultado ser del ,483 que se interpretó como una relación moderada y positiva entre la dimensión y variable analizadas. Estos hallazgos coinciden con los resultados de la investigación de Sisa (2018), en la que se realizó un diagnóstico estadístico de los resultados utilizando tablas de frecuencia y gráficos de barras, y se arrojó un valor "Sig" de 0,000, lo que indica que hay una relación y que se acepta la hipótesis alterna. Además, hay una correlación

positiva moderada entre ambas variables, como lo demuestra el valor del coeficiente de Spearman de 0,435.

De tal manera, Douglas (2008) determinó que el desarrollo de capacidades es el aprendizaje y la adquisición de nuevos conocimientos, habilidades y actitudes esto permite que las personas y las organizaciones desarrollen capacidades. Por esta razón, los resultados de un trabajo de desarrollo de capacidades se ajustan mejor observando los cambios en la conducta y el desempeño de las personas y las organizaciones en lugar de investigar los efectos de una intervención externa.

De igual forma, coinciden con la definición de Romero, R. (2009) donde piensa en la asociatividad como una forma de conectarse con los pequeños productores. Se basan en experiencias reales o en las que se fomentan a través de la implementación de talleres especializados en este campo.

CONCLUSIONES

En el presente estudio intitulada “Relación entre la asociatividad y el crecimiento empresarial en la asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022”, contribuye al conocimiento dado que se describió y analizo la literatura pertinente, así como el procesamiento de los datos para conocer la realidad in situó, hallazgos que indicamos a continuación:

- ✓ Respecto a la **primera conclusión**, se logró cumplir del **objetivo general de estudio** que fue planteado en determinar la relación que existe entre la asociatividad y el crecimiento empresarial en la asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022. Asimismo, en el trabajo de investigación se percibió en la prueba de Rho de Spearmam un valor de 0,479 lo cual determinó un nivel de relación moderada y positiva entre las variables analizadas. Por consiguiente, se determinó un $P = 0,002$; inferior al nivel de significancia o margen de error (0,05); rechazando de esta manera la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna. Por lo cual este resultado atribuye que las dimensiones de la primera variable (Asociatividad) que son; cooperación, liderazgo, desarrollo de capacidades son elementales para el fortalecimiento del crecimiento empresarial en la asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata.
- ✓ Como **segunda conclusión** no sé logró alcanzar el **objetivo específico 1 estudio** que fue planteado en determinar la relación que existe entre la cooperación y el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022. Por ello, en el trabajo de investigación se percibió en la prueba de Rho de Spearmam un valor de 0,205. Este valor cercano a cero sugiere que la magnitud de la correlación entre la dimensión y la variable es muy baja, lo que respalda aún más la conclusión de que no existe una relación entre la dimensión de cooperación y el crecimiento empresarial en este grupo de productores. Esta aceptación de la hipótesis nula se basa en el análisis del

valor de significancia (p-valor), que en este caso fue de $P = 0,204$. Es importante destacar que supera el nivel de significancia o margen de error predefinido de 0,05; rechazando de esta manera la hipótesis alterna y aceptando la hipótesis nula. Este hallazgo indica que no existe evidencia estadística suficiente para afirmar que haya una relación entre la dimensión de cooperación y el crecimiento empresarial en el contexto de los productores agropecuarios y apicultores de la zona de estudio durante el período analizado. Además, se pudo evidenciar que en la asociación ahí asociatividad. Sin embargo, no ha sido suficiente como para que la asociación se mantenga unida. Debido a la desconfianza, la falta de comunicación, la divergencia de intereses y la falta de incentivos para colaborar.

- ✓ Como **tercera conclusión**, se logró cumplir del **objetivo específico II de estudio** que fue planteado en determinar la relación que existe entre el liderazgo y el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022. Se aplicó la prueba de correlación Rho de Spearman para explorar la relación entre la dimensión liderazgo y la variable crecimiento empresarial. Los resultados obtenidos de esta prueba estadística nos permitieron aceptar de manera concluyente la hipótesis específica II, respaldando la existencia de una relación entre la dimensión liderazgo y la variable crecimiento empresarial. Siendo cumplido con la aceptación de la hipótesis general de estudio sustentado en el .000 del p valor o significancia es considerablemente menor a .05, el nivel de significancia predefinido, rechazando de esta manera la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna. Este hallazgo indica de manera sólida que hay evidencia estadística para sostener que existe una relación entre la dimensión de liderazgo y el crecimiento empresarial en el contexto de los productores agropecuarios y apicultores de la zona de estudio durante el período evaluado. Además, el coeficiente de correlación resultante en el modelo estadístico fue de 0.544. Este valor, que se interpreta como una relación moderada y positiva entre las dimensión y variable analizada, refuerza aún más la conclusión de que el liderazgo está relacionado de manera sustancial con el crecimiento empresarial en este grupo de productores. los resultados de este estudio

respaldan de manera sólida la existencia de una relación moderada y positiva entre la dimensión de liderazgo y el crecimiento empresarial en los productores agropecuarios y apicultores de las colmenas de Tambopata. Asimismo, se pudo evidenciar que en la asociación existe la carencia de liderazgo, debido a la notable ausencia de colaboración entre los miembros socios, una disminución en la participación activa, la falta de dirección y enfoque en la toma de decisiones, así como un nivel insuficiente de adaptabilidad ante los cambios en el entorno agropecuario.

- ✓ Como **cuarta conclusión**, se logró cumplir del **objetivo específico III de estudio** que fue planteado en determinar la relación que existe entre el desarrollo de capacidades y el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022. Se aplicó la prueba de correlación Rho de Spearman para evaluar la relación entre la dimensión de desarrollo de capacidades y la variable de crecimiento empresarial, Los resultados obtenidos a través de esta prueba estadística nos llevaron a aceptar de manera concluyente la hipótesis específica III, lo que respalda la existencia de una relación entre la dimensión y variable analizada. Se basa en el análisis del valor de significancia (p-valor), que en este caso fue de 0,002. Es relevante notar que el p-valor es inferior al nivel de significancia o margen de error (0,05), aceptando la hipótesis alterna. Este hallazgo demuestra de manera sólida que existe evidencia estadística para sostener que hay una relación entre la dimensión desarrollo de capacidades y la variable crecimiento empresarial en el contexto de los productores agropecuarios y apicultores de la zona de estudio durante el período evaluado. Además, el coeficiente de correlación resultante en el modelo estadístico fue de 0,483. Este valor, que se interpreta como una relación moderada y positiva entre las dimensiones analizadas. Por consiguiente, se pudo evidenciar productores agropecuarios sin desarrollo de capacidades, causada por la ausencia de colaboración conjunta de las autoridades de la asociación para ser capacitados por instituciones públicas o privadas, ha ocasionado que carezcan de los recursos y habilidades necesarios para su correcto funcionamiento.

SUGERENCIAS

- ✓ **Respecto a la primera conclusión**, se recomienda a la directiva de la asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios en seguir mejorando los niveles de asociatividad en beneficio del crecimiento empresarial a través del fomento de participación individual y del colectivismo entre varones y mujeres de la comunidad.
- ✓ **Respecto a la segunda conclusión**, se recomienda a las autoridades de la asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios en fomentar la creación de políticas y actividades de cooperación entre cada uno de los miembros de la organización, ello a través del fortalecimiento de reuniones de trabajo conjunto donde agenden mayores canales de dialogo en beneficio del crecimiento empresarial.
- ✓ **Respecto a la tercera conclusión**, se recomienda a las autoridades de la asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios en seguir fortaleciendo la formación y preparación de nuevos líderes que representen los intereses de la asociación a nivel comercial a través de capacitaciones y preparación profesional de los miembros y que ello beneficie el crecimiento empresarial.
- ✓ **Respecto a la cuarta conclusión**, se recomienda a las autoridades de la asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios en fomentar el desarrollo de capacidades de cada uno de los miembros que pertenecen a la asociación, este fomento debe ser reflejado en la promoción y coaching profesional en mejora del desempeño de actividades comerciales que la asociación realiza y ello sea de beneficio para el crecimiento empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, J. (2012). *Hipótesis, método & diseño de investigación (hypothesis, method & research design)*. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 7(2), 187-197.
- Alice, C. M. (2019). *“Evaluación de los Efectos de la Ejecución del Proyecto Mejoramiento de Capacidad Productiva para la Crianza del Ganado Vacuno en el Desarrollo Económico en los Productores en el Distrito De Livitaca - 2018”*. Tesis de licenciamento, Austral Universidad Peruana, Cusco.
- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación: Vol. 7ta edición [Libro electrónico]*. Episteme, C.A. https://kupdf.net/download/el-proyecto-de-investigacion-fidias-arias-7ma-edic-2016pdf_5a1b4afde2b6f5e526da642c_pdf
- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica (Sexta ed.)*. Caracas: Episteme. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=w5n0bgaaqbaj&printsec=frontcover&dq=el+proyecto+de+investigacion&hl=es419&sa=x&ved=0ahukewjuxcth6abmahxzatzqkhuwld_wq6aeiljab#v=onepage&q&f=false
- Arciniega, L. (2002). *Compromiso organizacional en México ¿Cómo hacer que la gente se ponga la camiseta?* México: Limusa.
- Arroyo Cortez, J., & Zuñiga Ccari, Z. (2017). *Relación entre el modelo asociativo empresarial y la comercialización de huasai (euterpe precatoria) por los agricultores de la comunidad de bello horizonte – distrito las Piedras 2016*.
- Banco Mundial (2017). *Tomando Impulso en la agricultura peruana. Oportunidades para aumentar la productividad y mejorar la competitividad del sector*. Lima: Grupo Banco Mundial.
- Barzola Ruiz, L. N. (2020). *Clasificación de la asociatividad de pequeños agricultores del Perú*. Tesis de licenciamento, Universidad Cesar Vallejo, Lima.
- Bracho, V. y García, J. (2013). *Algunas consideraciones teóricas sobre el liderazgo transformacional*. *Telos*, (15), 167

- Bustamante Paredes, C. L. (2017). *asociatividad como modelo para la internacionalización de los pequeños productores de banano en el oro-ecuador (bachelor's thesis)*.
- Cerdán Díaz, L. G. (2021). *Asociatividad y exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020*.
- Cabrera, B. (2020). *“La asociatividad de los pequeños productores como estrategia para mejorar la comercialización de arroz en el recinto Montenegro del cantón olmedo”*. Tesis de licenciamiento, Universidad Estatal del Sur de Manabí, jipijapa.
- Cañar Tinitana, J. N., & Hidalgo Avila, A. A. (2021). *Business management models focused on innovation as a competitive advantage. A look at the SMEs of Manta. Polo Del Conocimiento*, 6(3), 2165–2189. <https://doi.org/10.23857/pc.v6i3.2498>
- Cárdenas Acevo, N. L. (enero de 2018). Repositorio. obtenido de *Estrategia para fortalecer la competitividad de los productores de berenjena del departamento de Sucre*: <https://biblioteca.utb.edu.co/notas/tesis/0073029.pdf>
- Castañeda, D., & Pérez, A. (2005). *¿Cómo se produce el aprendizaje individual en el aprendizaje organizacional? Una explicación más allá del proceso de intuir*. *Revista Interamericana de Psicología Ocupacional*, 24, 1-15.
- Chele Chávez, c. j. (2022). *Asociatividad y fortalecimiento comercial de los productores de la parroquia el anegado, cantón jipijapa, período 2015-2019 (Bachelor's thesis, Jipijapa. UNESUM)*.
- Clauson, K. (2010). *¿Qué es asistencia técnica? Recuperado el 20 de septiembre de 2013, de sitio web de Unasyva: ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/010/a1222s/a1222s05.pdf*.
- Cerdán Díaz, L. G. (2021). *Asociatividad y exportación de los productores de tara San Marcos – Cajamarca, 2020*.
- Cerdán Díaz, L. G. (2021). *Asociatividad y exportación de los productores de tara San Marcos–Cajamarca, 2020*.

- Chino Apaza, V. P. (2021). *Asociatividad como estrategia y la competitividad de Proolivo Tacna 2020*.
- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (3ª ed.). México: McGraw-Hill.
- COPEME. (2008). *Mejora de las Técnicas y procesos en la producción, cosecha y acopio de miel de abeja y productos del bosque seco Lambayeque*. Recuperado el 2013 de <http://www.mincetur.gob.pe/Comercio/ueperu/licitacion/pdfs/Informes/7.pdf>
- Davis & Newstrom (2003), *Liderazgo* <https://www.google.com/search?q=liderazgo+segun+autores+pdf&oq=lideraz>
- Díaz Muñoz, G. A., Quintana Lombeida, M. D., & Fierro Mosquera, D. G. (2021). Competitiveness as a growth factor for organizations. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145–161. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- Diestra Sánchez, Y. (2020). *La inversión extranjera directa del sector minero en el desarrollo*. Tesis de licenciamiento, Universidad César Vallejo, Lima.
- Douglas, H. (2008). *Evaluación del Desarrollo de Capacidades*. Colombia: CIAT.
- FAO. (2005). *La apicultura ayuda a crear sistemas de vida sostenibles*. Recuperadode: <http://www.fao.org/docrep/008/y5110s/y5110s02.htm#bm0>
- Fiol, M., & Lyles, M. (1995). *Organizational Learning*. *Academy of Management Review Learning*, 10(4), 803-813. Doi: 10.11128.8678
- Figuerola León, I. L., & Saavedra Cruzado, L. A. (2021). *La asociatividad y competitividad de las organizaciones de pequeños productores del sector agrario peruano. Caso de estudio: Cooperativa Túpac Amaru*.
- Francisco Albuquerque (2018) en su libro *Conceptos básicos de economía En busca de un enfoque ético, social y ambiental* recuperado de: <https://www.orquestra.deusto.es/images/investigacion/publicaciones/libros/colecciones-especiales/Conceptos-basicos-economia-enfoque-etico.pdf>

- Gómez, L. (2011). *“Asociatividad empresarial y apropiación de la cadena productiva como factores que impulsan la competitividad de las micro,pequeñas y medianas empresas: tres estudios de caso.”*
- Gangotea, J. (2007). *Desarrollo de capacidades*. Quito: Abya Yala
- Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B. & Moreno, L. (2018). *Metodología de investigación científica*. España: Área de Innovación y Desarrollo, S.L.
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (5ª ed.). México: Editorial McGraw Hill.
- Hernandez Sampiere, R., Fernandez Collado, C., & Baotista Lucio, P. (2010). *Metodoligía de la Investigación* (5° ed.). MGraw Hill. Obtenido de recuperado de la tesista Mario yupanqui Loayza
- Hidalgo, R. (2012). *Estrategia de asociatividad para el desarrollo económico local*. Recuperado de http://www.gestionpublica.org.pe/plantilla/rxv5t4/1029474941/enl4ce/2012/mayo/revges_1535.pdf
- Huaynatis, S. (2018). *Innovación de servicios y crecimiento empresarial de las MYPES de la Asociación Hijos de Apurímac, distrito Ate-2018* [, Universidad César Vallejo]. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/24911>
- IICA. (2017). *Institucionalidad de apoyo a la Asociatividad en América Latina y caribe*. Costa Rica: COOP.
- Juaneda, E. y González, L. (2007). *Definición, antecedentes y consecuencias del compromiso organizativo. Conocimiento, innovación y emprendedores*. España: Fedra
- Keyes, C. & Shapiro, A. (2004). *Social well-being in the United States: A descriptive epidemiology* (pp. 350-372). In O. G. Brim, C. D. Ryff & R. C. Kessler (Eds), *How healthy are we?: A national study of well-being a midlife*. University of Chicago Press
- Keliner, A. (2000). *El cambio basado en el aprendizaje. Realidades sobre la transformación*. México, D.F: Oxford University Press.

- López, N., & Sandoval, I. (2016). *Métodos y técnicas de investigación cuantitativa y cualitativa*.
- Mucha Caycho, F. K. (2017). Repositorio. Obtenido de Asociatividad como estrategia para el desarrollo de la oferta exportable de quinua de la región de Junín hacia el mercado de corea del sur.: http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/2779/mucha_cfk.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Montoya Ramos, J. H. (2020). *Crecimiento empresarial en los comerciantes del mercado Condevilla, San Martín de Porres, 2020*.
- Negocio. (7 de enero de 2021). *Que significa realmente crecimiento empresarial?* Obtenido de altametrics.com: <https://altametrics.com/es/business-growth.html>
- Orellana Nirian, P. (6 de marzo de 2020). *Crecimiento empresarial - Qué es, definición y concepto*. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/crecimiento-empresarial.html>
- Ordóñez de Pablos, P. (2003). *Aprendizaje organizativo en un contexto internacional: implicaciones para la gestión de conocimiento. Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 9(2), 205-216.
- Pérez Ulrich, L. N. (2018). *asociatividad de artesanos y exportación de mate burilado en cochabamba chico-huancayo, 2018. tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo*.
- Perego, L. (2014). *Competitiveness and Productive Clusters*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=4pvVpxGBNYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Puerto B., D. (Enero/junio, 2010). *La globalización y el crecimiento empresarial a través de estrategias de internacionalización. Revista Pensamiento & Gestión*, 4 (8), 171-195.
- Polimeni (2001, p.11) *que el ingreso se define como el precio de los productos vendidos o de los servicios prestados*. <https://contabilidadparatodos.com/libro-contabilidad-costos-polimeni/>
- Retamozo Farfán, A. (2017). *Asociatividad y crecimiento empresarial de los productores de maíz en el distrito de Huancaray, Andahuaylas, Apurímac– 2016*.

- Saavedra Cruzado, L. A. (2020). *La relación entre la asociatividad y la competitividad de las cooperativas. Tesis de licenciamiento, Pontificia Universidad católica del Perú, Lima.*
- Sánchez, H. & Reyes, C. (2015). *Metodología y Diseños en la Investigación Científica. Lima: Editorial Bussines Suport*
- Salinas M. y Rodríguez H. (2011). *Toma de decisiones. España. Se recuperó de: http://dearade.udea.edu.co/aula/pluginfile.php/1150/mod_resource/content/1/Competencia_Toma_de_Decisiones.pdf*
- Sisa Kacha, D. (2018). *Asociatividad empresarial y la comercialización de la quinua en la provincia de Andahuaylas, 2016.*
- Toapanta Tuasa, C. G. (2020). *“La asociatividad y la producción de especies menores en la parroquia Quisapincha del cantón Ambato provincia del Tungurahua”. Tesis de licenciamiento, Ambato - Ecuador.*
- Toro, I. y Parra, R. (2006), *Método y conocimiento: metodología de la investigación. Fondo Editorial Universidad EAFIT, Medellín – Colombia.*
- Vargas Cotrina, S. E., & Verde Rabanal, B. E. (2022). *Asociatividad y su relación con la competitividad en la Cooperativa Agraria Norcafé, 2021.*
- Vásquez, A. E. G. (2018). *Asociatividad y desarrollo económico de los productores de cacao en la provincia de Los Ríos. Killkana sociales: Revista de investigación Científica, 2(4), 49-56.*
- Villao Reyes, J. M. (2022). *plan de marketing y crecimiento empresarial del centro de capacitación profesional Andrade proandrade sas del cantón pedro carbo (bachelor's thesis, jipijapa-unesum).*
- Zhong, Z., Zhang, C., Jia, F., & Bijman, J. (2018). *Vertical coordination and cooperative member benefits: Case studies of four dairy farmers' cooperatives in China. Journal of Cleaner Production, 172, 2266-2277. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.11.184>*

ANEXOS

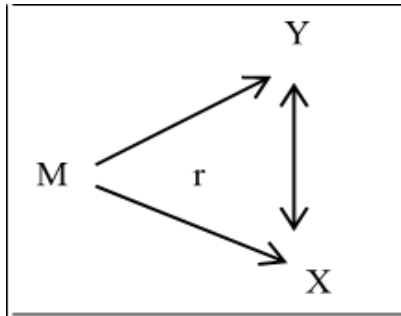
Anexo 1: Matriz de Operacionalización de las Variables

VARIABLE I	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Asociatividad Para Tobar Ángel (2017) la asociatividad es un canal en el que un objetivo común entre personas o grupos se basa en estrategias colaborativas para aumentar la productividad global, basado en la confianza entre sus participantes, y permite realizar distintas aportaciones relacionadas.	La variable 1 establecerá mediciones en base a los instrumentos. Tipo cuestionario con 3 dimensiones y de 11 ítems, cuyas opciones de respuesta tipo LIKERT: (5, 4, 3, 2 y 1) 5. Siempre 4. Casi siempre 3. A veces 2. Casi siempre 1. Nunca	Cooperación De acuerdo con Fabián Cohelo (2011) determina que la cooperación es un conjunto de acciones y esfuerzos que realizamos juntos para lograr un objetivo compartido.	▪ Gestión	1
		Liderazgo Rojas (2016) asevera que el liderazgo es la capacidad de mediar con éxito en otros para que puedan actuar con eficacia de acuerdo con su propósito declarado.	▪ Relaciones humanas	2
			▪ Equidad	3: 4
			▪ Trabajo en equipo	5
			▪ Motivación	6
			▪ Objetivos	7
		Desarrollo de capacidades Gangotea, J. (2007) indica que el desarrollo de capacidades debe intervenir dentro del sistema, con el fin de otorgar a las organizaciones una mayor independencia, eficiencia y competencia en su administración. es imperativo promover la adaptación organizacional y estimular la interacción horizontal.	▪ Capacitación técnica	8
			▪ Aprendizaje organizacional	9
			▪ Compromiso organizacional	10; 11

VARIABLE II	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Crecimiento Empresarial Citando a Puerto (2010) menciona que el crecimiento empresarial significa unir fuerzas tanto externa como interna para aumentar las posibilidades de mercado, buscar el crecimiento y encontrar el mercado adecuado para posicionarse. (p. 2)	La variable 2 establecerá mediciones en base a los instrumentos. Tipo cuestionario con 2 dimensiones y de 11 ítems, cuyas opciones de respuesta tipo LIKERT: (5, 4, 3, 2 y 1) 5. Siempre 4. Casi siempre 3. A veces 2. Casi nunca 1. Nunca	Crecimiento Interno Para Vázquez (2014) el crecimiento interno es el aumento dentro de la empresa que se sintetiza en mejorar la productividad para aumentar las ganancias y monitorear el progreso en el mercado.	Capacidad de planificación	12; 13; 14
		Crecimiento Externo Sánchez et al. citado por Rodríguez (2015) Según ellos nos señalan que el objetivo del crecimiento externo es expandirse en el territorio con la misión de desarrollar la actividad y crear nuevos canales para la organización con el fin de aumentar las ventas.	Producto	15
			Adquisición de tecnología	16; 17
			Publicidad	18: 19
			Ventas	20; 21
			Crecimiento económico	22

Anexo 2: Matriz de Consistencia

“RELACIÓN ENTRE LA ASOCIATIVIDAD Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y APICULTORES LAS COLMENAS DE TAMBOPATA - MADRE DE DIOS, PERIODO 2022”						
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variable, Dimensiones e indicadores		Método	Población y Muestra
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable 1 Asociatividad		La presente investigación es hipotético - deductivo	40 participantes
¿Cuál es la relación que existe entre la Asociatividad y el Crecimiento Empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata, Periodo 2022?	Determinar la relación que existe entre la Asociatividad y el Crecimiento Empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.	Existe relación entre la Asociatividad y el Crecimiento Empresarial en los Productores Agropecuarios y Apicultores las Colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.	Para Tobar Ángel (2017) la asociatividad es un canal en el que un objetivo común entre personas o grupos se basa en estrategias colaborativas para aumentar la productividad global, basado en la confianza entre sus participantes, y permite realizar distintas aportaciones relacionadas. Promover la mejora continua de la producción, distribución y comercialización de sus bienes o servicios a través de herramientas, técnicas, conocimientos y otros aportes.			
		Hipótesis Alterna				
		La Asociatividad se relaciona de forma positiva con el Crecimiento Empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.	Dimensiones	Indicadores	Cuantitativo	Técnicas
		Hipótesis Nula				
		La Asociatividad no se relaciona de forma positiva con el Crecimiento Empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.				
Problema Especifico	Objetivo Especifico	Hipótesis Especifico	Cooperación	- Gestión - Relaciones humanas	Tipo	Encuesta con escala de tipo LIKERT.
P.E.1 ¿Cuál es la relación que existe entre el crecimiento empresarial y la cooperación en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata, Periodo 2022?	O.E.1 Determinar la relación que existe entre la cooperación y el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.	Ha1: La cooperación se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022. Ho1: La cooperación no se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Periodo 2022.		Equidad	Básico	
				Liderazgo	Trabajo en equipo	Nivel
			Motivación		Descriptivo - Correlacional	Diseño
			Objetivos			

P.E.2 ¿Cuál es la relación que existe entre el liderazgo y el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata, Período 2022?	O.E.2 Determinar la relación que existe entre el liderazgo y el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Período 2022.	Ha2: El liderazgo se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Período 2022. Ho2: El liderazgo no se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Período 2022.	Desarrollo de capacidades	Capacitación técnica	No experimental, la cual se divide en Transversal y Correlacional	
				Aprendizaje organizacional	 En el que: M = Muestra X = Variable 1 “Asociatividad” Y = Variable 2 “Crecimiento empresarial” R = Relación entre las 2 variables	
				Compromiso organizacional		
			Variable 2 Crecimiento Empresarial		Según Puerto (2010) menciona que el crecimiento empresarial significa unir fuerzas tanto externa como interna para aumentar las posibilidades de mercado, buscar el crecimiento y encontrar el mercado adecuado para posicionarse.	
			Dimensiones	Indicadores		
P.E.3 ¿Cuál es la relación que existe entre el desarrollo de capacidades y el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata, Período 2022?	O.E.3 Determinar la relación que existe entre el desarrollo de capacidades y el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Período 2022.	Ha3: El desarrollo de capacidades se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Período 2022. Ho3: El desarrollo de capacidades no se relaciona de forma positiva con el crecimiento empresarial en la Asociación de productores agropecuarios y apicultores las colmenas de Tambopata – Madre de Dios, Período 2022.	Crecimiento Interno	Capacidad de planificación	categoría	
				Producto		
				Adquisición de tecnología	Nunca	1
			Crecimiento Externo	Publicidad	Casi nunca	2
				Ventas	A veces	3
				Crecimiento económico	Casi Siempre	4

Anexo 3: Instrumento

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS FACULTAD DE ECOTURISMO

Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El presente cuestionario forma parte de un estudio de una tesis de investigación que lleva como título: “**RELACION ENTRE LA ASOCIATIVIDAD Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y APICULTORES LAS COLMENAS DE TAMBOPATA – MADRE DE DIOS, PERIODO 2022**”. Es muy importante que usted conteste de manera sincera y precisa. No hay respuestas buenas ni malas, lo que interesa es lo que usted exprese su acuerdo o desacuerdo con lo planeado. Su colaboración será decisiva para los propósitos del estudio.

Toda información que usted nos brinda será absolutamente confidencial, lea detenidamente las proporciones de las siguientes páginas.

1. NUNCA, 2. CASI NUNCA, 3. A VECES, 4. CASI SIEMPRE, 5. SIEMPRE

Por favor, conteste todas, marcando con un aspa (X) la casilla que mejor indique su elección, conforme a la escala:

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE				
1	2	3	4	5				
N°	ÍTEMS			Escala ordinal de tipo Likert				
				1	2	3	4	5
Variable 1: Asociatividad								
Dimensión 1: Cooperación								
Indicador: Gestión								
1	¿La asociación de productores establece metas y objetivos claros para orientar su gestión?							
Indicador: Relaciones humanas								
2	¿Considera usted que las relaciones humanas dentro de la asociación son de vital importancia para lograr una adecuada cooperación?							
Indicador: Equidad								
3	¿Dentro de la asociación, en lo que a la directiva se refiere, hay equidad, dando a cada socio lo que le corresponde?							

4	¿Considera usted que en la asociación desarrollan con ecuanimidad sus labores para alcanzar un propósito común?					
Dimensión 2: Liderazgo						
Indicador: Trabajo en equipo						
5	¿La junta de la asociación inspira, organiza e influye en los socios para la realización de un adecuado trabajo en equipo?					
Indicador: Motivación						
6	¿Considera usted que la mesa directiva cuenta con capacidad de liderazgo para motivar a los socios constantemente?					
Indicador: Objetivos						
7	¿La mesa directiva de la asociación logra con eficacia los objetivos y resultado propuestos?					
Dimensión 3: Desarrollo de capacidades						
Indicador: Capacitación técnica						
8	¿La asociación de productores brinda capacitación técnica a sus miembros para mejorar sus habilidades y conocimientos?					
Indicador: Aprendizaje organizacional						
9	¿La asociación de productores promueve la compartición de conocimientos y experiencias entre sus miembros para fomentar el aprendizaje colectivo?					
Indicador: Compromiso organizacional						
10	¿Te sientes orgulloso/a de ser parte de la asociación de productores?					
11	¿Te sientes valorado/a y reconocido/a por tus contribuciones dentro de la asociación de productores?					

¡Muy agradecido!

UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE ECOTURISMO

Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales

FICHA DE RECOLECCIÓN DE DATOS

El presente cuestionario forma parte de un estudio de una tesis de investigación que lleva como título: **“RELACION ENTRE LA ASOCIATIVIDAD Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y APICULTORES LAS COLMENAS DE TAMBOPATA – MADRE DE DIOS, PERIODO 2022”**. Es muy importante que usted conteste de manera sincera y precisa. No hay respuestas buenas ni malas, lo que interesa es lo que usted exprese su acuerdo o desacuerdo con lo planeado. Su colaboración será decisiva para los propósitos del estudio.

Toda información que usted nos brinda será absolutamente confidencial, lea detenidamente las proporciones de las siguientes páginas.

1. NUNCA, 2. CASI NUNCA, 3. A VECES, 4. CASI SIEMPRE, 5. SIEMPRE

Por favor, conteste todas, marcando con un aspa (X) la casilla que mejor indique su elección, conforme a la escala:

NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE					
1	2	3	4	5					
N°	ÍTEMS			Escala ordinal de tipo Likert					
				1	2	3	4	5	
Variable 2: Crecimiento Empresarial									
Dimensión 1: Crecimiento Interno									
Indicador: Capacidad de planificación									
12	¿Considera usted que la asociación cuenta con la capacidad empresarial para fijar objetivos y metas de crecimiento?								
13	¿Se realizan reuniones periódicas para discutir y planificar las actividades de la asociación?								
14	¿Se establecen mecanismos de rendición de cuentas para garantizar la ejecución y cumplimiento de los planes?								

Indicador: Producto					
15	¿Considera usted que el producto que ofrece la asociación al mercado es de calidad?				
Indicador: Adquisición de tecnología					
16	¿La asociación de productores adquiere nueva tecnología para mejorar sus actividades?				
17	¿La asociación de productores evalúa las necesidades tecnológicas y realiza un análisis de brechas para identificar áreas en las que se requiere nueva tecnología?				
Dimensión 2: Crecimiento externo					
Indicador: Publicidad					
		1	2	3	4
18	¿La asociación de productores utiliza medios de comunicación tradicionales (como radio, televisión, prensa) para publicitar sus productos?				
19	¿La asociación de productores realiza actividades de promoción o eventos especiales (ferias) para dar a conocer sus productos?				
Indicador: Ventas					
20	¿Considera usted que la asociación realiza análisis de mercado para identificar nuevas oportunidades de venta?				
21	¿Usted como productor individual tiene conocimientos de como vender sus productos agropecuarios?				
Indicador: Crecimiento económico					
22	¿La asociación de productores implementa estrategias para diversificar sus productos y así expandir sus fuentes de ingresos?				

¡Muy agradecido!

Anexo 4: Solicitud de autorización para realización de estudio



UNIVERSIDAD NACIONAL AMAZÓNICA DE MADRE DE DIOS
FACULTAD DE ECOTURISMO
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES



Puerto Maldonado, 04 de mayo del 2022.

CARTA N° 002 - 2022.

Señor.

Oscar Valdivia Estevas.

Presidente de la "Asociación de Productores Agropecuarios y Apicultores las Colmenas de Tambopata"

Presente:

Asunto: SOLICITO AUTORIZACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE ESTUDIO Y APLICACIÓN DE ENCUESTA.

Es grato dirigirme a Ud. Para saludarle cordialmente y a la vez manifestarle que en condición de egresados de la Facultad de Ecoturismo y de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Nacional Amazónica de Madre de Dios, venimos realizando el trabajo de investigación cuyo título es:

"RELACION ENTRE LA ASOCIATIVIDAD Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y APICULTORES LAS COLMENAS DE TAMBOPATA - MADRE DE DIOS, PERIODO 2021"

Por tal razón, solicitamos mediante el presente documento, nos de la autorización para realizar la aplicación de nuestros instrumentos y realizar el estudio de investigación en la asociación para poder proseguir con la presente investigación, los resultados serán de confidencialidad y la investigación es netamente académica.

Agradecemos por anticipado a la presente, quedando de Ud. Muy reconocidos y mostrándole nuestros buenos deseos.

Atentamente,

Bach. Oscar Masco Cachi

Bach. Roxana Aracely Castillo Mamani

-----**Oscar Valdivia Estevas**-----

Oscar Valdivia Estevas
PRESIDENTE

Anexo 5: Solicitud de Validación de Instrumento

SOLICITO: Validación de instrumento

Puerto Maldonado, 15 de junio del 2022

Señora:

Dra. Ruth Torren Medrano

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., con la finalidad de solicitar su importante colaboración en la validación de contenido de las preguntas que conforman el instrumento que se utilizara para recabar la información necesaria y requerida en nuestro trabajo de investigación titulada: "RELACIÓN ENTRE LA ASOCIATIVIDAD Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y APICULTORES LAS COLMENAS DE TAMBOPATA – MADRE DE DIOS, PERIODO 2022".

Su valiosa ayuda profesional consistirá en la evaluación de la pertinencia de cada una de las preguntas con sus objetivos, variables, dimensiones, indicadores y la redacción de las mismas. Para mejorar la versión final del trabajo de investigación.

Se agradece de antemano su valioso tiempo y necesaria colaboración.

Atentamente,


Bach. Oscar David Masco Cachi.
Bach. Roxana Aracely Castillo Mamari.
Dra. Ruth Torren Medrano

SOLICITO: Validación de instrumento

Puerto Maldonado, 31 de mayo del 2022

Señor:

Dr. Néstor Gallegos Ramos

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., con la finalidad de solicitar su importante colaboración en la validación de contenido de las preguntas que conforman el instrumento que se utilizara para recabar la información necesaria y requerida en nuestro trabajo de investigación titulada: "RELACIÓN ENTRE LA ASOCIATIVIDAD Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y APICULTORES LAS COLMENAS DE TAMBOPATA - MADRE DE DIOS, PERIODO 2022".

Su valiosa ayuda profesional consistirá en la evaluación de la pertinencia de cada una de las preguntas con sus objetivos, variables, dimensiones, indicadores y la redacción de las mismas. Para mejorar la versión final del trabajo de investigación.

Se agradece de antemano su valioso apoyo y necesaria colaboración.

Atentamente,



Bach. Oscar David Masco Cachi.



Bach. Roxana Aracely Castillo Mamani.



Dr. Néstor Gallegos Ramos

SOLICITO: Validación de instrumento

Puerto Maldonado, 30 de mayo del 2022

Señor:

Mg. Jorge Eulogio Pérez Gratelly

Tengo el agrado de dirigirme a Ud., con la finalidad de solicitar su importante colaboración en la validación de contenido de las preguntas que conforman el instrumento que se utilizara para recabar la información necesaria y requerida en nuestro trabajo de investigación titulada: "RELACIÓN ENTRE LA ASOCIATIVIDAD Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y APICULTORES LAS COLMENAS DE TAMBOPATA - MADRE DE DIOS, PERIODO 2022".

Su valiosa ayuda profesional consistirá en la evaluación de la pertinencia de cada una de las preguntas con sus objetivos, variables, dimensiones, indicadores y la redacción de las mismas. Para mejorar la versión final del trabajo de investigación.

Se agradece de antemano su valioso apoyo y necesaria colaboración.

Atentamente,



Bach. Oscar David Masco Cachi.



Bach. Roxana Aracely Castillo Mamani.



Mg. Jorge Eulogio Pérez Gratelly

Anexo 6: Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES

TITULO DE INVESTIGACION:

"RELACIÓN ENTRE LA ASOCIATIVIDAD Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y APICULTORES LAS COLMENAS DE TAMBOPATA – MADRE DE DIOS, PERIODO 2022"

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: cuestionario.

INVESTIGADORES: Bach. Oscar David Masco Cachi.

Bach. Roxana Aracely Castillo Mamani.

II. VALIDACION DEL INSTRUMENTO

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20	REGULAR 21-40	BUENO 41-60	MUY BUENO 61-80	EXCELENTE 81-100
FORMA	1.Recepción	Los indicadores e ítems estén redactados considerando los elementos necesarios.				75%	
	2.Clareidad	Esta elaborado con un lenguaje apropiado.				80%	
	3.Objetividad	Esta expresado en conductas observables.			60%		
CONTENIDO	4.Actualidad	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				80%	
	5.Suficiencia	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.				80%	
	6.Intencionalidad	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.				80%	
ESTRUCTURA	7.Organización	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos la investigación.				70%	
	8.Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación.					85%
	9.Coherencia	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables.				80%	
	10.Metodología	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.				80%	

III. REVISADO DEL INSTRUMENTO

Aplicabilidad del Instrumento (SI)

Aplicabilidad del Instrumento (NO)


RUTH TORREY FERNANDEZ

FICHA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES

TITULO DE INVESTIGACION:

"RELACIÓN ENTRE LA ASOCIATIVIDAD Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y APICULTORES LAS COLMENAS DE TAMBOPATA - MADRE DE DIOS, PERIODO 2022"

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: cuestionario.

INVESTIGADORES: Bach. Oscar David Masco Cachi.

Bach. Roxana Aracely Castillo Mamani.

II. VALIDACION DEL INSTRUMENTO

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20	REGULAR 21-40	BUENO 41-60	MUY BUENO 61-80	EXCELENTE 81-100
FORMA	1.Redacción	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				75%	
	2.Clareidad	Esta elaborado con un lenguaje apropiado.				77%	
	3.Objetividad	Esta expresado en conductas observables.				70%	
CONTENIDO	4.Actualidad	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				80%	
	5.Suficiencia	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad				75%	
	6.Intencionalidad	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.			60%		
ESTRUCTURA	7.Organización	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos la investigación.				65%	
	8.Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación.			60%		
	9.Coherencia	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables.				78%	
	10.Metodología	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.				80%	

III. REVISADO DEL INSTRUMENTO

Aplicabilidad del Instrumento (SI)

Aplicabilidad del Instrumento (NO)


Néstor Gallegos Ramos

FICHA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES

TITULO DE INVESTIGACION:

"RELACIÓN ENTRE LA ASOCIATIVIDAD Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y APICULTORES LAS COLMENAS DE TAMBOPATA - MADRE DE DIOS, PERIODO 2022"

NOMBRE DEL INSTRUMENTO: cuestionario.

INVESTIGADORES: Bach. Oscar David Masco Cachi.

Bach. Roxana Aracely Castillo Mamani.

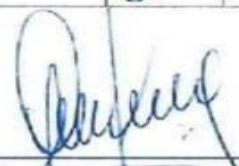
II. VALIDACION DEL INSTRUMENTO

CRITERIO	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE 0-20	REGULAR 21-40	BUENO 41-60	MUY BUENO 61-80	EXCELENTE 81-100
FORMA	1.Redacción	Los indicadores e ítems están redactados considerando los elementos necesarios.				70%	
	2.Claridad	Esta elaborado con un lenguaje apropiado.				75%	
	3.Objetividad	Esta expresado en conductas observables.				80%	
CONTENIDO	4.Actualidad	Es adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				80%	
	5.Suficiencia	Los ítems son adecuados en cantidad y profundidad.				80%	
	6.Intencionalidad	El instrumento mide en forma pertinente el comportamiento de las variables de investigación.					90%
ESTRUCTURA	7.Organización	Existe una organización lógica entre todos los elementos básicos la investigación.					90%
	8.Consistencia	Se basa en aspectos teóricos científicos de la investigación.					90%
	9.Coherencia	Existe coherencia entre los ítems, indicadores, dimensiones y variables.				68%	
	10.Metodología	La estrategia de investigación responde al propósito del diagnóstico.				80%	

III. REVISADO DEL INSTRUMENTO

Aplicabilidad del instrumento (SI)

Aplicabilidad del instrumento (NO)


H.Sc. Pérez Grateley, Jorge



ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y APICULTORES
**LAS COLMENAS DE
TAMBOPATA**



FUNDADO EL 14 DE AGOSTO 2020
DISTRITO Y PROVINCIA DE TAMBOPATA - MADRE DE DIOS

"AÑO DEL FORTALECIMIENTO DE LA SOBERANÍA NACIONAL"

Puerto Maldonado, 15 de junio del 2022.

CARTA N° 001 – 2022 – ADEPAA/LCDT

SEÑOR:

Bach. Oscar David Masco Cachi
Bach. Roxana Aracely Castillo Mamani

PRESENTE.

Asunto: Autorización para la realización de estudio y la
Aplicación de Encuesta.

REF. : CARTA N° 002 - 2022

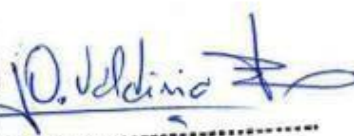
Reciba un afectuoso saludo por parte de la Asociación de Productores Agropecuarios y Apicultores Las colmenas de Tambopata. El motivo de la presente es de saldarlo y a la vez dar atención a su solicitud sobre realizar un estudio y aplicación de encuesta en nuestra asociación y por medio del presente se autoriza llevar a cabo el trabajo de estudio que desea desarrollar el cual tiene como denominación **"RELACION ENTRE LA ASOCIATIVIDAD Y EL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LA ASOCIACION DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS Y APICULTORES LAS COLMENAS DE TAMBOPATA – MADRE DE DIOS, PERIODO 2022"**, autorizando que se realice en nuestra Asociación, a su vez estaremos gustosos de otorgarles lo necesario para que lleven a cabo la extracción de información a través de la aplicación de una encuesta.

Consideramos que esta es una oportunidad para que la asociación las colmenas de Tambopata tome en cuenta las recomendaciones que se generara al final del mismo.

Sin otro en particular me despido de ustedes deseándoles éxitos en su trabajo de estudio.

Atentamente,




Oscar Valdivia Esteves
Presidente
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS
Y APICULTORES LAS COLMENAS DE TAMBOPATA

Anexo 8: Base de datos

ASOCIATIVIDAD											
N°	D1				D2			D3			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
1	1	2	3	3	4	4	2	3	3	5	3
2	5	5	4	3	3	3	4	1	2	5	5
3	2	5	1	2	1	1	1	2	2	5	1
4	5	3	3	4	5	4	4	5	5	5	5
5	3	4	1	3	5	4	2	5	2	5	2
6	3	4	1	3	1	1	2	2	3	5	2
7	3	4	2	4	3	3	2	2	2	3	2
8	2	3	2	1	1	1	2	1	1	1	1
9	5	4	3	5	5	3	4	4	5	5	4
10	3	4	3	3	4	4	4	1	1	2	4
11	4	5	4	4	4	5	3	5	3	5	5
12	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	1
13	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5
14	5	5	3	5	3	2	4	4	5	3	5
15	4	3	3	2	4	4	5	5	4	4	5
16	3	4	1	3	1	1	2	3	2	5	1
17	3	5	4	1	5	4	5	4	2	5	5
18	1	3	2	4	5	5	2	3	3	5	3
19	5	4	3	3	3	3	2	4	1	4	3
20	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3
21	1	5	3	2	5	5	4	3	1	5	1
22	4	4	5	4	3	4	3	5	5	5	5

23	4	5	4	4	4	4	3	1	3	5	5
24	1	4	3	3	4	4	4	1	1	2	4
25	1	2	3	4	5	5	2	3	3	5	3
26	3	5	4	1	5	4	5	3	2	4	3
27	3	4	1	3	5	1	1	3	2	5	4
28	1	2	3	4	5	5	2	3	3	5	3
29	3	3	2	2	4	5	5	5	4	5	3
30	5	3	2	4	4	3	5	4	4	4	4
31	2	3	2	2	3	3	4	1	1	1	1
32	2	5	1	2	2	2	1	3	5	1	1
33	3	4	2	5	3	2	2	2	2	3	3
34	3	4	1	2	1	4	2	3	3	5	4
35	3	4	2	3	5	4	2	5	3	5	2
36	5	3	3	4	5	4	4	5	5	4	4
37	5	2	4	3	3	3	3	4	1	2	3
38	5	5	3	5	4	4	2	4	5	3	5
39	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5
40	3	5	4	3	5	5	4	3	4	3	4

CRECIMIENTO EMPRESARIAL										
D4						D5				
P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22
5	4	4	3	4	5	5	5	5	2	4
3	3	2	5	3	3	1	1	1	1	1
1	1	1	2	3	1	1	2	1	5	3
5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4
2	3	4	5	5	1	1	5	4	5	5
1	3	2	3	4	2	1	2	1	4	5
2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3

3	3	4	1	2	1	1	4	3	3	2
4	4	3	5	5	1	1	1	1	2	2
2	2	5	5	1	5	1	1	4	5	4
3	3	4	4	4	3	2	1	1	2	3
4	3	5	5	5	2	2	2	4	3	3
4	3	4	5	4	4	3	4	2	5	4
4	2	4	5	3	2	1	4	5	4	3
4	3	3	4	5	4	5	3	3	5	3
1	3	2	3	2	2	1	2	1	3	4
4	5	5	5	1	1	1	1	2	3	4
5	4	4	5	5	5	5	5	5	2	4
3	3	2	5	3	5	2	4	5	2	4
5	4	4	4	4	3	3	2	3	4	3
5	4	3	4	4	3	5	4	5	3	5
4	3	4	5	2	4	4	2	2	4	2
3	3	4	4	4	3	2	1	1	2	3
2	2	4	4	1	5	1	1	4	5	4
5	4	4	5	5	5	5	5	2	2	2
4	5	5	5	1	1	1	1	1	4	1
1	3	2	3	4	2	1	2	1	4	5
5	4	4	3	5	5	5	3	3	4	3
3	3	4	3	3	4	4	5	4	3	2
4	4	3	5	4	4	1	1	1	3	3
3	3	3	2	1	2	1	1	2	3	3
3	3	2	3	3	1	1	2	5	4	3
4	4	2	3	3	2	3	3	4	4	3
1	3	2	3	4	2	1	3	3	5	5
2	3	4	5	5	1	1	5	5	3	5
5	3	3	5	3	3	3	4	4	3	4
3	3	3	2	5	5	4	4	1	1	4
4	2	4	5	3	2	1	2	4	4	3
4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5
3	5	5	4	1	1	4	5	4	5	2