

UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
Escuela profesional de administración



**La cadena de valor y la ventaja competitiva de la quinua orgánica,
en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019**

Por:

Sandra Melania Quispe Pochuanca

Sara Quispe Apaza

Asesor:

Lic: Kukulí Ana Coaquira Puma

Juliaca, noviembre de 2019

DECLARACION JURADA DE AUTORIA DEL INFORME DE TESIS

Lic. Kukuli Ana Coaquira Puma de la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que el presente informe de investigación titulado: “La cadena de valor y la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019” constituye la memoria que presenta las bachilleres: Sandra Melania Quispe Pochuanca y Sara Quispe Apaza para aspirar al título Profesional de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, ha sido realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

Las opiniones y declaraciones en este informe son de entera responsabilidad del autor, sin comprometer a la institución.

Y estando de acuerdo, firmo la presente declaración en Juliaca a los siete días del mes de noviembre del año dos mil diecinueve.



Lic. Kukuli Ana Coaquira Puma

“La cadena de valor y la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019”

TESIS

Presentada para optar el título profesional de Administración y
Negocios Internacionales

JURADO CALIFICADOR


Lic. Julio Samuel Torres Miranda
Presidente


Mg. Amed Vargas Martínez
Secretario


Mg. Elmer Henry Lupaca Chata
Vocal


Lic. Dante Ortiz Guillén
Vocal


Lic. Kukuli Ana Coaquira Puma
Asesor

Juliaca, 07 de noviembre de 2019

DEDICATORIA

En primer lugar, a Dios y gratitud por el don de la vida.

A mi familia Julia Rita Pochuanca Loayza y Aurora Jara Apaza, Rufo Chambi Quispe, por sus apoyos incondicionales en este gran camino; palabras aliento y sabios consejos.

Y en especial Edwin Sanga C. quien me brindo su comprensión durante la realización de esta investigación.

A mis hermanos (a); Zaida, Noé, Edwin son las personas que más admiro en mi vida por las grandes oportunidades y enseñanzas compartidas durante este proyecto.

Sandra

En primer lugar, a Dios gratitud por el don de la vida, a mis padres Juan Cansío Quispe Muñiz y Magna Apaza Luna por ser la cimiento en mi formación y pilar fundamental en todo lo que soy.

A mis hermanos Nestor, Maribel, Handerson, Amanda, Marleny, Sandra, Álvaro, Alex y Bruno por el constante esfuerzo que realizan para poder hacer realidad mis sueños, en especial a mi hija Camila Yamileth por su afecto y cariño son los detonantes de mi felicidad, de mis ganas de buscar cada día lo mejor para ti, aun a tu corta edad me has enseñado muchas cosas de la vida, por ser parte de esta trayectoria de tesis.

Sara

AGRADECIMIENTO

A Dios por su apoyo divino y darnos la oportunidad de poder culminar la universidad cumplir nuestros objetivos más en nuestras vidas.

A la Universidad Peruana Unión por acogerme en mi formación profesional y a mis docentes por impartir sus conocimientos, disciplina e importancia de superar los límites.

A nuestra asesora, Lic. Ana Kukuli Coaquira P. Dictaminadores por su apoyo durante el desarrollo de nuestra presente investigación.

Agrademos a la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Por brindarnos las facilidades en proceso de desarrollo de nuestra investigación y personal administrativo y socios productores.

A nuestros distinguidos Ing. Pedro Pablo Mamani Huarahura, Ing. Eusebio Chura Parisaca; Lic. Josehp Brayan Incacari Huanca

Índice

DEDICATORIA.....	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	v
Resumen	xiv
Introducción.....	xvi
CAPÍTULO I.....	17
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	17
1.1. Descripción de la realidad problemática.....	17
1.2. Formulación del problema	20
1.2.1. Problema general.	20
1.2.2. Problema específico.	20
1.3. Objetivo de la investigación	20
1.3.1. Objetivo general.....	20
1.3.2. Objetivo específico	20
1.5. Presuposición filosófica.....	22
CAPÍTULO II.....	24
MARCO TEÓRICO	24
2.1. Antecedentes de la investigación	24
2.1.1. Antecedentes internacionales.....	24

2.1.2. Antecedentes nacionales.....	26
2.2. Base teórica.....	27
2.3. Cadena de valor.	27
2.3.1. Importancia de cadena de valor	28
2.4. Dimensiones de la cadena de valor.....	28
2.4.1. Actividades primarias.	28
4.2.3. Tipos de actividad.....	30
4.2.4. Teorías sobre la cadena de valor.....	30
4.2.5. Nexos de la cadena de valor.....	33
4.3. Ventaja competitiva.	34
4.3.2. Importancia de la ventaja competitiva	35
4.4.2. Ventaja de costos.	36
4.4.3. Diferenciación.....	37
4.4.4. Competencia para ser únicos.	39
4.4.5. Análisis estructural de la industria.....	39
4.5. Marco conceptual.....	41
4.5.2. Cadena	41
4.5.3. Mejora continua	41
4.5.4. Tipos de actividades.....	41
4.5.5. Ventaja competitiva	41

4.5.6. Cooperativas	42
4.5.7. Costos.....	42
4.5.8. Productor.....	42
4.5.9. Cadena productiva	42
4.5.10. Diferenciación.....	42
4.5.11. Comercialización	42
4.5.12. Exportación.....	42
CAPÍTULO III	44
Metodología de investigación.....	44
3.1. Método de la investigación.....	44
3.2. Diseño de investigación	44
3.3. Formulación de hipótesis	44
3.3.2. Hipótesis principal	45
3.4. Operacionalización de variables	45
3.5. Delimitación geográfica y temporal.....	50
3.6. Estructura Organigrama de la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.....	51
3.7. Población y técnicas de investigación.....	52
3.10. Instrumentos.....	53
3.11. Procesamiento de datos.....	55
3.12. Contraste de hipótesis	55

CAPÍTULO IV	56
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	56
4.1. Presentación de resultados	56
4.2. La relación de la cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica.	59
4.3. Prueba Rho de Spearman	63
4.4. La relación de la cadena de valor con la ventaja de costos de la quinua orgánica.	64
4.5. La relación entre la cadena de valor con la diferenciación de la quinua orgánica.....	69
4.6. Discusión de resultados	74
CAPÍTULO V	76
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	76
5.1. Conclusiones	76
5.2. Recomendaciones	78
Referencias	80
Anexos	84

Índice de figuras

Figura 1. El sistema de valor	31
Figura 2. La cadena genérica de valor	32
Figura 3. Los cinco factores de la competencia que determina la rentabilidad de una industria	40
Figura 4. Diseño de la investigación	44
Figura 5. Organigrama estructural de la Cooperativa Agra Industrial Cabana Ltda. Organigrama estructural de la Cooperativa Agra Industrial Cabana Ltda.	51
Figura 6. Zona de rechazo y aceptación	62
Figura 7. Zona de rechazo y aceptación	67
Figura 8. Zona de rechazo y aceptación	71

Índice de tabla

Tabla 1 Operacionalizacion de variables	46
Tabla 2 Datos generales de Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.	50
Tabla 3 Análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach	54
Tabla 4 Distribución de los socios de la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, según su género	56
Tabla 5 Distribución de los socios de la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, según su edad.....	57
Tabla 6 Distribución de los socios de la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, según su nivel de estudios	58
Tabla 7 Distribución de los socios y personal administrativo de la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, según su condición de trabajo	58
Tabla 8 Distribución de los socios y personal administrativo de la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, según el tiempo de trabajo.....	59
Tabla 9 La cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019.....	60
Tabla 10 Pruebas de chi-cuadrado.....	62
Tabla 11 Prueba Rho de Spearman.....	63
Tabla 12 Prueba Tau b de Kendall	64
Tabla 13 La cadena de valor con la ventaja de costos de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda,	65
Tabla 14 Prueba Chi - cuadrada	66
Tabla 15 Prueba Rho de Spearman.....	67
Tabla 16 Prueba Tau b de Kendall	68

Tabla 17 La cadena de valor con la ventaja competitiva en la dimensión diferenciación de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda,	69
Tabla 18 Pruebas de chi-cuadrado.....	71
Tabla 19 Pruebas Rho de Spearman	72
Tabla 20 Tau – b de Kendall	73

Índice de anexos

Anexo A Vista satelital del distrito de Cabana.....	84
Anexo B. Vista satelital Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda - Cabana	84
Anexo C. Población Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda – Cabana 2019	85
Anexo D. Número de socios productores y personal admirativo de Coopain Cabana.....	85
Anexo E. Matriz de consistencia	90
Anexo F. Operacionalización de variables	91
Anexo G. Autorización para llevar a cabo la Investigación en la Cooperativa Agro Industria Cabana Ltda.....	94
Anexo H. Autorización para recojo de datos.....	94
Anexo I. Encuesta.....	95
Anexo J. Informe de validación de las encuestas por el experto	100
Anexo K. Resolución.....	102

Resumen

El trabajo de investigación en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Tuvo como objetivo determinar la relación de la cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019 nos permite conocer el verdadero constructo de la cadena de valor en la cooperativa. Para lo cual se realizó el análisis correspondiente de los socios productores y personal administrativo dividiendo en dos aspectos teóricos, la primera se enfoca en la cadena de valor y ventaja competitiva; para la elaboración del procedimiento se tomó en cuenta cuatro aspectos que son actividades primarias, actividades de apoyo, ventaja en costos y diferenciación. El enfoque orientado es cuantitativo, de metodología descriptiva - correlacional de corte transversal y diseño utilizado corresponde a la investigación no experimental la población de estudio está conformado por 95 personal administrativo y socios productores de la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Muestreo no probabilístico. Los resultados obtenidos indican una correlación directa de la cadena de valor con la ventaja competitiva. Después Se concluye que la cadena de valor mantiene una relación directa con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.

Palabras clave: cadena valor; ventaja competitiva; cooperativa; socios.

Abstract

The research work at Cooperative Agro Industrial Cabana Ltda. Was aimed at determining the relationship of the value chain with the competitive advantage of organic quinoa, at Cooperative Agro Industrial Cabana Ltda, 2019. Knowing the true construction of the chain of value in the cooperative. Carrying out the corresponding analysis of the producers and administrative personnel dividing into two theoretical aspects, the first one focuses on the value chain and competitive advantage. For the elaboration of the procedure, four aspects that are primary activities, support activities, cost advantage and differentiation were taken into account. The oriented approach is quantitative of descriptive - correlational cross-sectional methodology, and the design used corresponds to non-experimental research. The study population is made up of 95 administrative staff and producer partners of Cooperative Agro Industrial Cabana Ltda. Non-probabilistic sampling. The results obtained indicate a direct correlation of the value chain with the competitive advantage. Then it is concluded that the value chain maintains a direct relationship with the competitive advantage of organic quinoa, in the Cooperative Agro Industrial Cabana Ltda.

Keywords: value chain; competitive advantage; cooperative; partners

Introducción

El trabajo de investigación lleva por título “La cadena de valor y la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019”. El trabajo está orientado con el objetivo de la investigación, determinar cómo se relaciona la cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica; es importante resaltar un tema de gran relevancia para las entidades tanto del sector privado y sector público, tienen como objetivo brindar la alta calidad a los productos y servicios que ofrecen al mercado, será relevante para detectar áreas donde se pueda contribuir el mejoramiento en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019. Esta investigación consta de cinco capítulos.

El primer capítulo muestra la identificación del problema dando a conocer la problemática de estudio seguidamente identificando los objetivos generales y específicos, la justificación sobre la importancia del porqué de la investigación además la presuposición filosófica.

El segundo capítulo muestra sobre marco teórico donde se dan a conocer los estudios o antecedentes realizados con anterioridad; definiciones de la cadena de valor con la ventaja competitiva y el marco conceptual.

El tercer capítulo muestra la metodología utilizada en el proyecto de investigación, el diseño de investigación hipótesis principal, operacionalización de las variables, ubicación geográfica temporal, la población y técnicas de investigación, delimitación de la muestra los métodos e instrumentos de recolección de datos y la confiabilidad de alfa de Crombach.

El cuarto capítulo muestra los resultados obtenidos de la investigación.

El quinto capítulo se concluye que la cadena de valor mantiene una relación directa con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Hoy en día las empresas industriales y comerciales están en crecimiento constante, competencia a efectos de la globalización fundamentalmente del grano andino de la quinua en los últimos años ha mostrado un fuerte crecimiento que es muy reconocido en el mercado nacional y mundial por su gran valor. Perú es reconocido como el primer productor y exportador de la quinua en el mundo, de la misma forma mejorar sus ventajas competitivas, producción de la quinua orgánica hasta la comercialización se viene dando sobre cadena de valor con la ventaja competitiva.

Inocente y Lara (2019) definen. “El Perú al ser rico en biodiversidad y reconocido por su producción de granos andinos, le ha permitido tener ventajas competitivas para la producción de granos andinos” principalmente la quinua originaria de la hoya del Lago Titicaca. La quinua tiene reconocimiento a nivel internacional por sus altos proteicos y minerales debido a estas características ha sido muy apreciado y demandado en el extranjero.

La cadena de valor de la quinua en el Perú seguía desarrollando y cuenta con fuerte potencial del mercado “por lo que es necesario el apoyo, tanto del sector público y privado, para la inclusión de los pequeños productores de la cadena de valor y gestionar de mejor manera el sistema de producción y comercialización dirigidos a la mejora continua”. Montufar y Castañeda (2014).

Oscar & Arquíñigo (2009) la ventaja competitiva en los países, sectores o empresas intercambian los bienes y servicios basados en: conocimiento e innovación y aplicación de

un correcto aprendizaje en los factores críticos para el éxito competitivo. Según el reporte de Ministerio de Agricultura (2012) el enfoque de la cadena aporta en el contexto actual y devolución de la economía mundial, competitividad, globalización, innovación, tecnología y complejos sistemas agroalimentarios.

Mozas (2002) define las cooperativas agrarias se caracteriza por sus socios que participan activamente en los tres tipos de flujos que se desarrollan en la empresa y se definen como una organización; de información y decisión, estableciendo democráticamente los objetivos, reales de producción y comercialización actuando como proveedores, consumidores y financieros los flujos más importantes en la sociedad de la cooperativa de información y decisión.

Los socios de la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Son personas naturales que están registrados en el padrón general dividido por organizaciones, representado por sus directivos en las asambleas. Capacitación en la cooperativa teniendo una participación de gestión democrática por parte de los socios considerando productores dedicado al cultivo de la quinua orgánica en el distrito de Cabana, reconocido a nivel región de Puno por su cultivo de grano andino que prospera más en los suelos francos y bien drenados no todo los suelos son aptos para el cultivo, descartando en las pampas que son muy heladizos y arcillosos.

Dentro de la planta hay distintos procesos de transformación de la quinua desde: acopio, almacenamiento de materia prima, limpieza, despedrado I, escarificado, lavado en agua, centrifugado, secado, clasificado por tamaños, despedrado II, selección de puntos contrastes, selección gravimétrica, pesado y envasado, etiquetado y almacén de producto terminado.

Las actividades que se realiza dentro de la industria son: actividades primarias, actividades de apoyo, ventaja en costos y la diferenciación si no se realiza adecuadamente no se notará los resultados, traerá consecuencias en la cadena de valor con la ventaja competitiva

tendrá dificultades la empresa, es importante diferenciar el costo del producto hacia a los competidores para obtener mayores ventas (Bueno, 2010, p.68).

Se notó la inadecuada administración de la cadena de valor y la ausencia con la ventaja competitiva, el proceso productivo de la cadena de valor si no se lleva adecuadamente no hay ningún tipo de diferenciación frente a los competidores, por eso es esencial dar prioridad a las actividades empresariales como reestructuración de una cadena de valor como herramienta sea de soporte al producto dentro de las actividades primarias y actividades de apoyo. Identificar los nexos que poseen cada actividad y aplicarlas, determinar qué tipos de ventaja competitiva tiene la industria para poder implementar como liderazgo en costos y la diferenciación en sus distintas escalas.

Ante esta problemática se plantea la siguiente pregunta ¿Cómo se relaciona la cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019?, así mismo aprovechar el mejoramiento de sus actividades y lograr mejor competitividad como empresa comercializadora en exportación en la región altiplano de Puno.

1.2. Formulación del problema

En el presente trabajo de investigación se describe para formular el siguiente problema general y problema específica.

1.2.1. Problema general.

¿Cómo se relaciona la cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019?

1.2.2. Problema específico.

- ✓ ¿Cómo se relaciona la cadena de valor con la ventaja de costos de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019?
- ✓ ¿Cómo se relaciona la cadena de valor con la diferenciación de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019?

1.3. Objetivo de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación de la cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019.

1.3.2. Objetivo específico

- ✓ Determinar la relación de la cadena de valor con la ventaja de costos de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019.
- ✓ Determinar la relación entre la cadena de valor con la diferenciación de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019

1.4. Justificación

El proyecto de investigación pretende determinar la relación directa de la cadena de valor con la venta competitiva en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Para mantener la competitividad, se justifica mediante las teorías y antecedentes se generaliza los resultados obtenidos que ayuda a mejorar la propuesta de investigación según Porter, de esta forma se beneficiara la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Con los aportes para alcanzar la ventaja competitiva con una buena administración de la cadena de valor y lograr una notable minimización de tiempo y costo, obtener una comercialización satisfactorio para clientes, consumidores de nivel nacional e internacional de tal forma alcanzar una notable diferenciación en los precios de la quinua orgánica y convertirse en una estrategia continua en rendimientos superiores al promedio.

Como resultado de la investigación con la recolección de datos resaltará el estudio de la funcionalidad de teoría, en el contexto agrícola de la cooperativa para poder analizar qué aspectos se debe fortalecer las actividades dentro de la empresa, finalmente la información servirá para mejorar la cadena de valor con la ventaja competitiva dar a conocer donde iniciar y como ir mejorando paulatinamente o qué clase de proceso se puede implementar al conocer la correlación entre dos variables mencionadas, generando reflexión discusión sobre la aplicación de teoría a todos los participantes que están involucrados dentro de la empresa productora.

Considerando si la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Mantiene una economía estable de la misma forma hará todo lo que rodea como: trabajadores, socio productor y en el mismo distrito de Cabana.

1.5. Presuposición filosófica.

Valera (1960) Jesús enseñaba de la parábola del buen sembrador junto al mar y reunió alrededor a mucha gente y entrando en la barca se sentó en ella en el mar y toda la gente estaba en tierra junto al mar enseñaba muchas cosas y les decía en su doctrina. (Marcos 4.3-9) Oíd: he aquí el sembrador salió a sembrar y al sembrar aconteció que una parte cayó junto al camino, vinieron las aves del cielo y comieron en otro lugar cayó en pedregales, donde no tenía mucha tierra; y brotó pronto, porque no tenía profundidad de tierra. Luego salido el sol, se quemó; y porque no tenía raíz, se secó. Pero otra parte cayó en buena tierra y dio fruto pues brotó y creció y produjo a treinta, a sesenta y a ciento por uno. Entonces les dijo: El que tiene oídos para oír oiga, hay una enseñanza grande para cada uno de las personas, fueron sembrados en buena tierra los que oyen la palabra y la reciben, dan buen fruto, un camino diferente en la vida.

Era evidente que el poder devino estaba con José, y que ninguno de los estadísticos del rey se hallaba tan bien capacitado para dirigir al pueblo, los asuntos de la nación frente a esa crisis que pasaban. Según G. de White (2005) menciona. “José fue el mejor administrador de Egipto e exaltado a la posición de gobernante de toda la tierra de Egipto. Era un puesto honorable; sin embargo, estaba lleno de dificultades y riesgos. Uno no puede ocupar un puesto elevado sin exponerse al peligro, así como la tempestad deja, que no ha sufrido daños a la humilde flor del valle mientras desarraigaba al majestuoso árbol de la cumbre de la montaña, los que han mantenido su integridad en la vida humilde pueden ser arrastrados al abismo por las tentaciones que acosan al éxito y el honor mundanos, el carácter de José soportó las pruebas de la adversidad y prosperidad” (p.222). Pocos diferencian la influencia de las pequeñas en la vida en el desarrollo del carácter, ninguna tarea que debemos cumplir es realmente pequeña.

Las circunstancias que afrontamos día tras día están concebidas para probar nuestra fidelidad, capacitarnos para mayores responsabilidades. G. de White (2005) enseña “La mente disciplinada de esta forma no vacila entre el bien y el mal, como la caña que tiembla movida por el viento; es fiel al deber porque ha desarrollado hábitos de lealtad y veracidad los dones más preciosos carecen de valor a menos que sean aprovechados” (p.224). La formación de un carácter noble es la obra de toda una vida intachable debe ser el resultado de un esfuerzo diligente y perseverante. Dios da las oportunidades; el éxito depende de uno mismo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. Antecedentes internacionales.

Manzo (2015) en su estudio denominado. “El análisis de la cadena de valor como fuente de ventajas competitivas en las empresas exportadoras de zarzamora en México” sostiene como objetivo analizar los eslabones que conforman la cadena de valor de las empresas exportadoras de zarzamora ubicadas en el estado de Michoacán, México, el método utilizado fue cuantitativo descriptiva tenemos dos métodos de matriz correlación de Pearson y el modelo Logit con una población de 71 empresas exportadoras; el resultado son los eslabones que tiene mayor colaboración con los diferentes agentes de la cadena son productores y proveedores de insumos, las empresa exportadoras son menos interesadas en establecer entre los miembros. En matriz de correlación de Pearson se observa que la variable dependiente está relacionada positivamente con todas las variables independientes.

En conclusión, que las relaciones de las empresas con sus proveedores constituyen la variable más significativa para la determinación de ventaja competitiva tiene una incidencia positiva.

Bastardo & Ruz (2012) realizaron una investigación denominada. “La Cadena de valor y sus ventajas competitivas en el mundo empresarial para las empresas de servicios. (Caso empresa Multiservicios Sharat C.A)””, el objetivo fue diseñar la cadena de valor y sus ventajas competitivas en el mundo empresarial para las empresas de servicios, el tipo de estudio fue documental descriptiva la población es el personal de Multisercios Sharat C.A, los resultados fue que una empresa que tiene como propósito proporcionar a los clientes un servicio de calidad ofreciéndoles los mejores productos de lubricantes y otros artículos necesarios para el mantenimiento automotriz, con fin de optimizar la seguridad y cuidado de los vehículos de sus clientes, concluyente la cadena de valor es importante para el desarrollo económico de la empresa siendo la columna vertebral para ver cómo se realiza las esquema de sus operaciones identificando las interconexiones entre cada una de los actividades.

Herrera (2011) en su investigación “Las cadenas de valor un instrumento de agregación de valor en el sector productivo como alternativa de desarrollo local” el objetivo fue Analizar y evaluar las cadenas de agregación de valor de los productos agropecuarios en el desarrollo local para la superación de la pobreza en los municipios rurales, tipo de estudios de método analítico e interpretativo, investigación cualitativa y cuantitativa descriptiva, la población de estudio corresponde a los productores campesinos ligados al mercado, como resultado se obtuvo que no se descarta en absoluto el enfoque de cadenas productivas del actual gobierno se considera que el enfoque no va tener el impacto esperado en incrementar el desarrollo económico rural y reducir de la pobreza, se concluye que los diagnósticos no analizan la estrategia de diferentes tipos de productores e ignoran los múltiples rubros y actividades económicas que realizan en el hogar campesino, limita su utilidad para el análisis y elaboración de acciones y actividades concretas.

2.1.2. Antecedentes nacionales.

Según el investigador Junco (2017) realizó una investigación denominada. “Cadena de valor y ventaja competitiva de la quinua orgánica en la Cooperativa Agroindustrial Machu Picchu Ltda. Andahuaylas 2016” teniendo como objetivo fue determinar la manera en que la cadena de valor se relaciona con la ventaja competitiva de la quinua orgánica en la Cooperativa Agroindustrial Machupicchu Ltda. Andahuaylas – 2016, el método de enfoque cuantitativo de nivel correlación, el tipo de estudio fue empírica – analítica con una población de 404 socios y 5 colaboradores en total 409; utilizando el instrumento una encuesta, de acuerdo a los resultados obtenidos se puede notar que el valor de correlación es de $r = 0.249$, lo cual indica que existe una correlación positiva baja, entre la cadena de valor y la ventaja competitiva, en conclusión demuestra una correlación nula entre las actividades primarias y la diferenciación.

Malpartida (2016) realizó su investigación titulada. “La cadena de valor y su relación con la ventaja competitiva en la Industria Galletera Félix E.I.R.L. 2015”; su objetivo fue identificar la relación que existe entre la cadena de valor y la ventaja competitiva en la industria galletera Félix E.I.R.L; el método utilizado fue descriptivo - correlación con una población de 27 trabajadores, técnica o instrumento que se utilizo es el cuestionario, los resultados mostraron que tiene relación favorable con la ventaja competitiva, porque la cadena de valor de la empresa cuenta con un conjunto de actividades que se desempeñan en sus cuatro unidades por las cuales está conformada la empresa, se desarrolla en diferentes actividades son fuentes que aportan beneficios de ventaja competitiva, llego a una conclusión la cadena de valor de la industria Galletera Félix es poco favorable para obtener una ventaja competitiva.

Aguinaga & Rojas (2018) realizaron una investigación titulada: “Cadena de valor y el incremento del nivel de ventas en la empresa de cerámicos Lambayeque SAC, Chiclayo 2013”; tienen como objetivo proponer el modelo de cadena de valor para incrementar el nivel de ventas en la empresa de cerámicos Lambayeque SAC en la ciudad de Chiclayo, el método de investigación de tipo descriptivo – correlación del diseño de carácter explicativo, con una población de 120 trabajadores de la empresa, tipo de instrumento aplico una encuesta de 12 preguntas, entrevistas orales y grabaciones, los resultados se concluye la empresa de Cerámicos Lambayeque SAC, no cuenta con una cadena de valor eficiente que involucre a la empresa en su totalidad.

2.2. Base teórica

2.3. Cadena de valor.

La cadena de valor es un modelo de Porter con frecuencia es muy utilizada por las empresas que permitirá tener precios más altos o costos más bajos. Según Magretta (2013) la “cadena de valor es la secuencia de actividades que realiza la compañía para diseñar, producir, vender, distribuir y apoyar sus productos, además forma parte de un sistema más grande valor, con las cuales se crea valor para el usuario” (p 67,68). En esencial la cadena de valor constituye una herramienta poderosa para fragmentar la compañía y sus actividades relevantes desde el punto de vista estratégico afín de concentrarnos en la fuente de la ventaja competitiva.

Jiménez & Rodríguez (2017) la empresa moderna, independientemente de su tamaño, puede verse como la unidad básica de la economía lo más importante es donde se toman decisiones claves, dentro del conjunto de decisiones relevantes que la empresa debe tomar se

incluyen no solo cuánto producir o cuál precio determinar (principalmente para el caso de las empresas mayores) sino además cuánto invertir y cómo financiar tal inversión.

Anaya (2017) define. “La cadena de valor es el conjunto de todas las actividades que son necesarias para producir un bien o servicios, pasando por las diferentes etapas de producción, hasta el suministro al consumidor final para su uso” (p.50).

2.3.1. Importancia de cadena de valor

Robben & Serra (2016) la cadena de valor es una sucesión de acciones de realizar con el objetivo de instalar y valorizar un producto o servicio exitoso en el mercado, toda empresa o organización creadora de valor desea mejorar su competitividad, se puede lograr sus objetivos si se basa en la cadena de valor.

Guzman y Bautista (2019) define la cadena de valor, constituyen un esfuerzo invaluable y justificable para plantear problemas y delinear alternativas de solución para la compañía en sus actividades estratégicas más relevantes a fin de entender cómo funcionan los costos.

2.4. Dimensiones de la cadena de valor

2.4.1. Actividades primarias.

Bueno (2010) sostiene que las actividades primarias como se aprecia en la figura 2.2 hay cinco categorías genéricas y necesarias para competir en un sector industrial, logística de entrada que está relacionado con recepción, almacenamiento y distribución, operaciones es transformar materia prima, logística de salida que está relacionado con almacén y distribución del producto, marketing y venta que permite al cliente comprar producto mediante la publicidad por último se menciona servicio postventa, que dependen de la industria y de la estrategia de la corporación.

Cana y Mamani (2018) afirman. “Las actividades primarias son las actividades implicadas en la creación física de un producto, su venta y transferencia al comprador, se dividirán en tres categorías genéricas: logística, operaciones y servicio” (p.32). Están relacionados directamente con la elaboración del producto.

Logística de entrada se encarga de recepción, inventario y distribución interna, operaciones que está asociada con la transformación del producto final, logística de salida se puede observar que cumple la función de recojo del producto final e inventario, distribución física a los productores, marketing y ventas permite a los compradores adquirir el producto, actividad asociada a aprovisionamiento de servicio para mantener y aumentar el valor de producto. (Aguinaga & Rojas, 2018, p.49).

4.2.2. Actividades de apoyo.

Montufar y Castañeda (2014) manifiestan, las actividades de apoyo son aquellos que no están directamente relacionados con el proceso productivo y comercialización, mientras permite que los procesos se lleven, las actividad que son: desarrollo tecnológico, gestión de recursos humanos y la infraestructura de la empresa; estas actividades permite al producto que pueda transitar por las diferentes etapas de producción generando valor.

Bueno (2010) indica. “Las actividades de apoyo es directamente relacionada con la producción y la comercialización, que facilitan el desarrollo de las actividades primarias” (p. 69). Como señala Porter en su libro las dimisiones se divide en cuatro son: adquisición se encarga de comprar materia prima, suministros, desarrollo tecnológico tiene las funciones de preparar documento y transportar bienes, administración de recursos humanos se realizan contratación, capacitación, evidentemente influye en la ventaja competitiva de la empresa, infraestructura de la empresa que está relacionadas con las actividades que realiza la empresa administración general, planeación, finanzas y contabilidad.

Ratifica Montufar (2014) son aquellas que no están relacionadas directamente con el proceso productivo ni con la comercialización, pero permiten que estos procesos se lleven a cabo, dentro de estas actividades se encuentran adquisición el desarrollo en tecnología, administración, infraestructura” (p. 43).

4.2.3. Tipos de actividad

Pecina y Hernandez (1900) dentro de cada categoría de actividades primarias y apoyo, hay tres tipos que afectan a la ventaja competitiva de manera distinta que menciona a continuación.

- a. Actividades directas:** Esta actividad interviene en creación de valor para el comprador, ensamblaje, operaciones de fuerza en la venta, publicidad, diseño de producto.
- b. Actividades indirectas:** Mantenimiento, programación, operaciones de instalaciones, gestión de investigación, mantenimiento de registros de proveedores.
- c. Aseguramiento de la calidad:** Garantiza la calidad de otras actividades como: supervisión, inspección de entradas, realización de pruebas, evaluación, verificación y ajuste.

4.2.4. Teorías sobre la cadena de valor.

De acuerdo a los grandes aportes y conceptos en la cadena de valor Michael E. Porter, es considerado uno de los pioneros y padre de la cadena de valor, las publicaciones y grandes estrategias de este modo se aplicaron en un sin número de empresas llevándolo así a tener una gran aprobación, reputación y trascendencia, también tiene como objetivo maximizar la creación de valor y minimizar los costos como instrumento de decisión proporciona información al categorizar las actividades que producen valor en una organización e identificar las actividades que generan una ventaja competitiva. Arce y Hernández (2008).

La cadena de valor es buena herramienta básica para diagnosticar la ventaja competitiva y encontrar como crear y mantenerla. De acuerdo con Bueno (2010) “la cadena de valor como la herramienta básica, para analizar las fuentes de la ventaja competitiva que permite dividir la empresa en actividades estratégicamente relevantes con el fin de entender el comportamiento de los costos” (p. 63). Así como las fuentes actuales y potencial de diferenciación, integrando un flujo más extenso de actividades de otras organizaciones.

Como se puede apreciar en la (figura 1), donde el producto pasa por la cadena de los canales (valor de canal) antes de poder llegar al cliente.



Figura 1. El sistema de valor

Fuente: Bueno (2010)

Bueno (2010) en su libro describe, “la cadena de valor contiene el valor total y consta de actividades relacionadas con la creación de valor de imagen, diferencia entre el ingreso o el valor total de costo total y efectuarlas” (p.69). La cadena de valor (ver la figura 2) que permite dividir a la empresa en actividades, de esa manera se puede lograr una mejor ventaja competitiva y obtener con menos costo a los rivales.

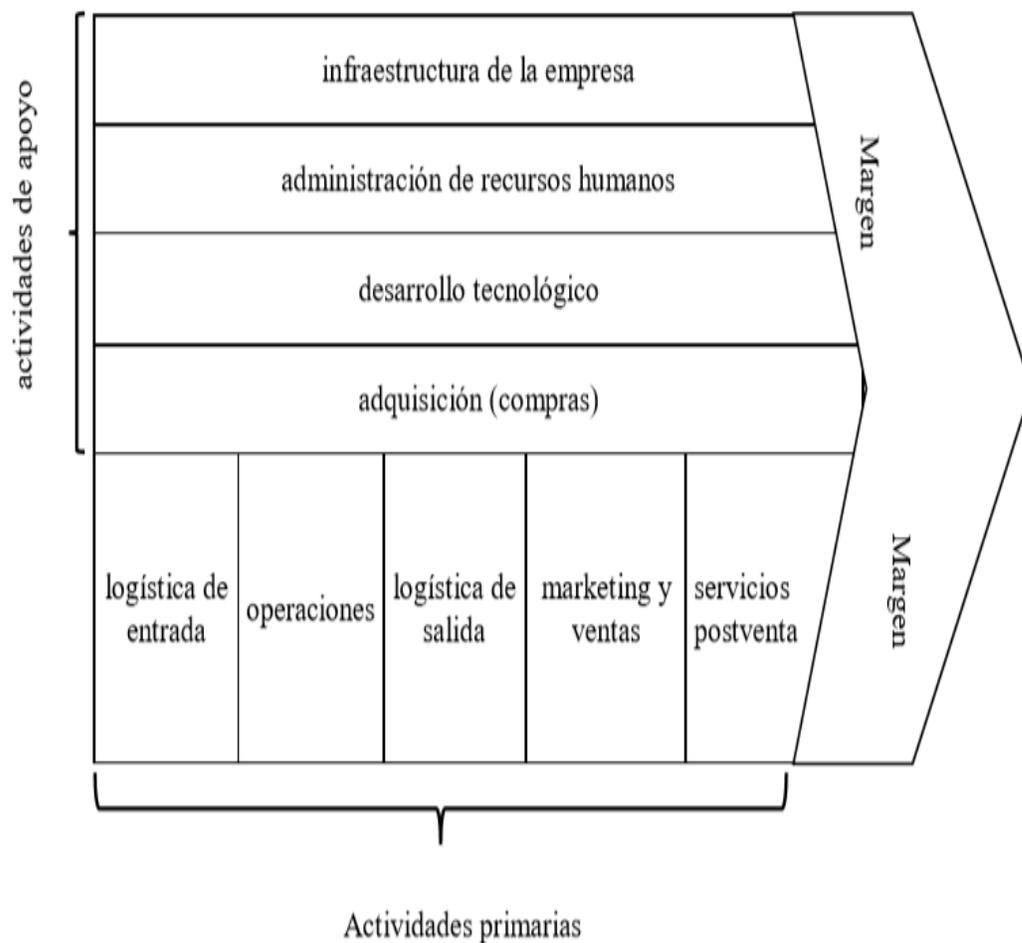


Figura 2. La cadena genérica de valor

Fuente: Bueno (2010)

4.2.5. Nexos de la cadena de valor

Según. Bueno (2010) los nexos pueden motivar una ventaja competitiva en dos estructuras: mediante la optimización y la coordinación con frecuencia reflejan un compromiso entre las actividades para obtener el mismo resultado; reflejado en la necesidad de coordinar las actividades y entrega puntual, las operaciones, logística de salida y el servicio por ejemplo; la instalación y la capacidad de coordinar los nexos reduce a menudo el costo o mejora la diferenciación; con una mejor coordinación se reduce la necesidad de inventario en toda la empresa.

Según. Berrozpe (2012) “entre la forma de ejecutar una actividad y el costo, la ventaja competitiva nace de los nexos entre las actividades, los nexos pueden originar una ventaja competitiva de dos formas: optimización y coordinación, con frecuencia reflejan un compromiso o equilibrio entre las actividades” (p, 78).

4.2.6. Cadena de valor industrial.

La cadena de valor son, necesarias para competir en las industrias afirma. Bueno (2010) consiste en cualquier actividad relacionada con la aportación de valor de las interrelaciones entre unidades de negocios influyen profundamente en la ventaja competitiva, al reducir el costo, un sistema logístico compartido permite obtener economías de escala” (p.86).

Morillo (2005) define. “La cadena industrial es el conjunto de correspondencia de actividades creadas de valor, este sucede desde la obtención de materias primas hasta el producto termine entregado al consumidor final” (p.55).

4.3. Ventaja competitiva.

Indica “la ventaja competitiva nace fundamentalmente del valor de una empresa logra crear para sus clientes y supera los costos de ello, el valor es lo que la gente está dispuesto a pagar el valor superior se obtiene al ofrecer precios más bajos que la competencia por sus utilidades” (Bueno, 2010, p.31) . Son equivalentes que compensan con valor de un precio más elevado.

(Olea, Contreras y Barcelo 2016) la ventaja competitiva crea un valor y poner una cuña más ancha que los rivales y sostener precios relativos para la sobrevivencia y la competitividad, las empresas depende de adquirir nuevos conocimientos e incorporarlos en las prácticas productivas.

Asimismo. Cabrera (2018) “la ventaja competitiva como una habilidad especial desarrollada por las empresas para lograr una diferencia entre sus competidores, logrando ser favorito frente al mercado; presentando productos o servicios únicos en el mercado” (p. 18). Con el fin de desarrollar y actualizar condiciones que permitan elevar la escala.

Define el Centro del Comercio Internacional (ITC 2018) “el objetivo se enfoca en las empresas de los países en desarrollo para que sean más competitivos en los mercados mundiales, lo que aumenta el desarrollo económico y contribuye la realización de los objetivos del Milenio para el Desarrollo de las Naciones Unidas”. Por eso es muy importante que sea creciente para adquirir la cadena de valor con la participación de múltiples países.

Cárdenas (2015) menciona. “La determinación del grado de competitividad de sectores como la agricultura o actividades de la comercialización y determinados productos, corroboran con la formulación de políticas adecuadas de apoyo e incentivos”. Así mismo asocia la capacidad para conquistar ampliar e involucra el desarrollo de progreso técnico, innovación, tecnológica, productividad, rentabilidad, equidad, sostenibilidad entre otros.

4.3.2. Importancia de la ventaja competitiva

Uno de los factores fundamentales de la ventaja competitiva es muy importante según Magretta (2013) “es esencial porque si no hubiera competencia tampoco se necesitaría la estrategia ni idear la forma de ganar “ganar”, de superar a los rivales, pero desde luego la competencia la encontramos por todas partes, hasta en los “espacios” del mercado atendidos de modo primordial por organizaciones no lucrativos” (p.20). Por razones que tantas compañías no diseñan buena estrategia quienes dirigen y operan con ideas falsas a cerca de lo que es la competencia y cómo funcionan las decisiones que se adopten en cuanto a cómo competir; influirá en la capacidad de evaluar esas decisiones.

La oportunidad. “De la ventaja competitiva surge cuando las empresas empiezan a ofrecer a sus clientes un valor agregado que excede el valor ofrecido por sus competidores y funcionan de forma rentable y traslado a los clientes con un costo mayor que el valor agregado” (Haapio & Fandiño, 2016, p.4). Por tal razón la ventaja competitiva constituye una destreza que permití lograr un desarrollo en una empresa.

4.4. Dimensiones de la ventaja competitiva

Una compañía logra su propósito de la capacidad de generar valor a largo plazo la estrategia debe enfocarse en planificar un plan de ventaja competitiva.

4.4.2. Ventaja de costos.

Evidentemente es necesario evaluar la posición relativa de actividades y determinar la posición entera. “es de vital importancia para las estrategias de diferenciación, los directivos admiten la importancia del costo y muchos planes estratégicos ponen como meta el “liderazgo en costos” o la “reducción de costos” a menudo se observan grandes discrepancias de los ejecutivos respecto a la posesión que ocupa su empresa en costos y causas de ello”. (Bueno, 2010, p.91).

Como lo hace notar Porter en su libro los indicadores de ventaja de costos que se clasifican en ocho a continuación mencionaremos: costos relativos de los competidores se encarga de analizar los costos de su competencia, para mejorar sus actividades y tener un costo menor que la competencia, el control de escala reduce el costo con una escala creciente a través de adquisiciones, control de aprendizaje no se realiza de manera automática, que proviene de esfuerzo y la atención de los directivos y empleados, control de los nexos se refiere que una empresa puede mejorar su posición en costos si descubre los nexos entre sus actividades de valor y poder aprovecharla, el control de las interrelaciones se refiere que una empresa puede reducir considerablemente sus costos si comparte las actividades de valor con afines de negocio.

Ubicación influye profundamente en áreas como tarifas salariales, eficiencia de logística y acceso a proveedores, si la empresa se ubica en un sitio conveniente obtendrá una significativa ventaja en costos, reconfiguración de cadena de valor sucede cuando la empresa adopta una cadena de valor muy distinta que sus competidores y proviene varias causas, la segmentación ofrece debidamente seleccionado de una industria en condiciones de reducir sus costos de modo significativo para alcanzar una ventaja en costos se basa en controlar mediante los factores.

La ventaja de costos favorece un rendimiento de calidad además ofrece un nivel aceptable de valor al cliente, de modo que la ventaja no quede acumulada de cobrar un precio más bajo que la competencia. El liderazgo de costo Stephany (2017) indica que. “La estrategia más intuitiva y representa una oportunidad si la empresa está capacitada para ofrecer en el mercado un producto a un precio inferior comparado a la oferta de las empresas oponentes”. En seguida la estrategia capta una atención prioritaria determina reducir los costos de la producción, con un objetivo logra de diferentes formas.

Pecina (1900) la ventaja de costos es de vital importancia para las estrategias de diferenciación porque es necesario mantenerse cerca de los competidores. No se consiguiera un desempeño sobresaliente si el precio más alto resultante no supera el costo de la diferenciación, el comportamiento de costos también influyen de manera profunda en la estructura global de la industria.

4.4.3. Diferenciación.

Bueno (2009) argumenta. “La diferenciación brinda protección en contra de la competencia porque los clientes son reales a la marca y disminuye la sensibilidad de precio, también aumenta los márgenes de beneficio y con ello permite prescindir de la posición de costos bajos. Se levantan barreras de entrada gracias a la lealtad de los consumidores ya que los rivales deben superar el carácter especial de los productos” (p.80). Por tal razón la diferenciación genera márgenes más altos del beneficio para negociaciones del cliente esto no dispone de opciones similares, ya que son menos sensibles al precio, clientes son reales a la marca y disminuye la sensibilidad de precio y también aumentan los márgenes del beneficio permitiendo prescindir de la posición de costos bajos se levantan barreras.

Bueno (2010) menciona. “La diferenciación es uno de dos formas con la ventaja competitiva logran poseerse, según la medida que permite a los competidores en un sector industrial a distinguirse entre ellos además es un elemento muy importante de la estructura en una industria” (p. 95). Indica el precio de todo lo que ofrece en el mercado del producto o servicio que tienen un precio, comprador o cliente debe pagar por el producto, producto único hoy en día con la globalización son pocas las empresas que tiene un producto único que les diferencia de otros productos, mayores ventas con eficaz se debe escuchar las necesidades y preocupaciones de los clientes e ideas o soluciones que aporten sobre sus productos y darle un valor agregado al producto para mantener un éxito en las ventas.

La comercialización eficiente se encarga de hacer llegar físicamente al consumidor final en un lugar o momento en que el consumidor desea adquirirlo, debe ser la primera en adoptar una imagen del producto y pedir que otros lo hagan y garantizar la oportunidad, son los que logran prestar frecuentemente poca atención al costo de la diferenciación o su sostenibilidad una vez alcanzado, se convierte en una estrategia muy útil para alcanzar los rendimientos superiores al promedio.

Como expresa Junco (2017) finalmente, en la diferenciación es la capacidad de ofrecer un producto distinto y más atractivo para sus compradores frente a los productos brindados por la competencia, se mantiene la diferenciación de la cadena de valor, adquisición de materia prima e insumos y marcar una diferencia en el rendimiento; hasta la llegada del producto terminado.

4.4.4. Competencia para ser únicos.

Es satisfacer las necesidades de distintas formas a los clientes así produce resultados positivos. Bueno (2010) según. “La competencia determina el éxito o fracaso de las empresas, se establece la convivencia de las actividades que pueden favorecer su rendimiento, como innovaciones una cultura cohesiva o una adecuada implementación” (p. 29). La competencia hará desaparecer las compañías de bajo rendimiento, entonces trabajan mutuamente y obtendrán ganancias sustentables y se empiezan generar un valor más grande.

4.4.5. Análisis estructural de la industria.

Los factores llevarán a cabo nuevas ideas a las empresas industriales son. “La fuerza combinada de los cinco factores que determina la capacidad de compañías de un sector industrial para ganar el promedio de tasas del rendimiento sobre la inversión que superen el costo del capital, el poder negociar de los proveedores determina el costo de la materia prima y de otros factores” (Bueno, 2009, p.31,32). Se puede señalar que nuestra competencia generará cada vez más valor con estas cinco formas.

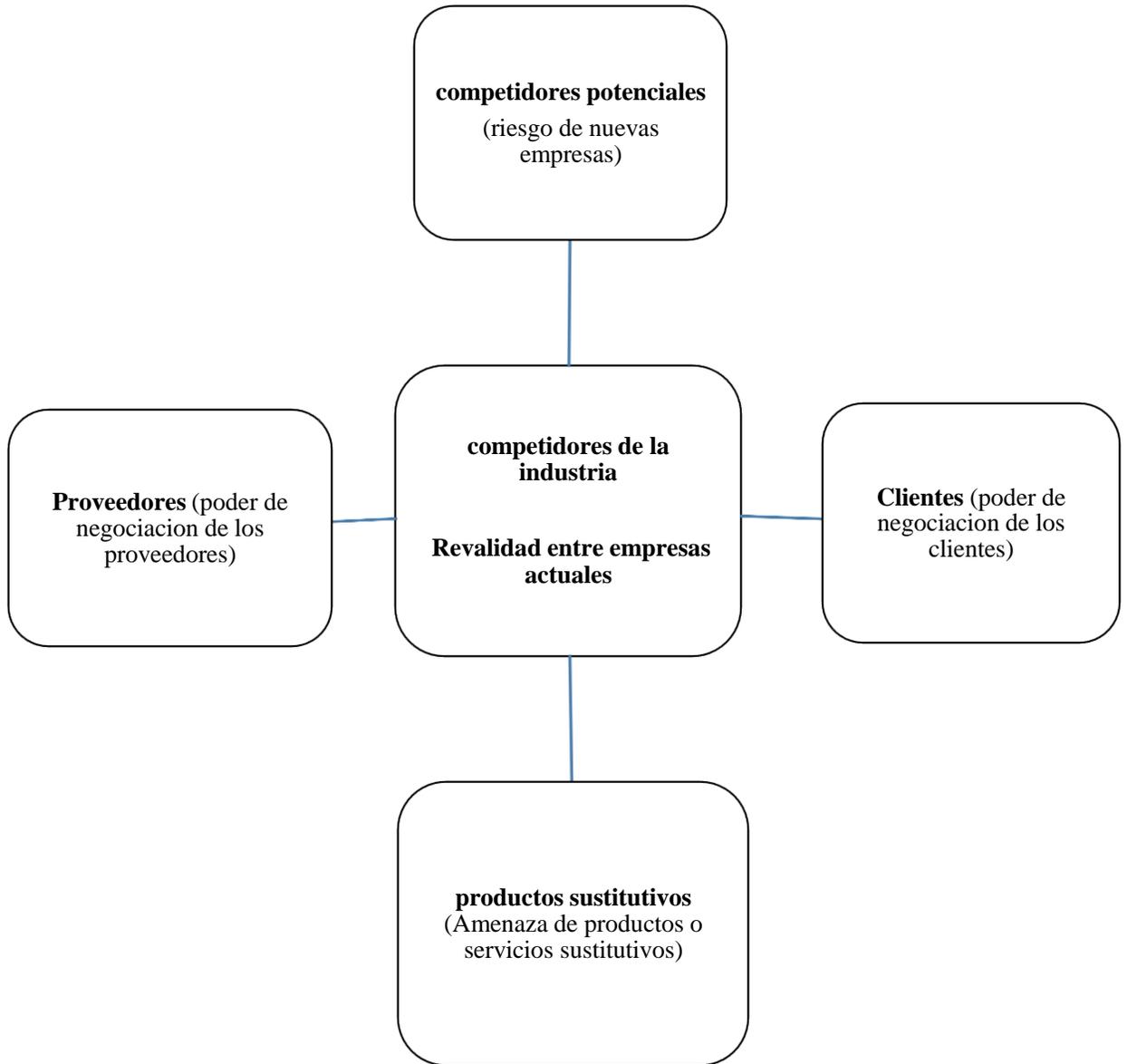


Figura 3. Los cinco factores de la competencia que determina la rentabilidad de una industria

Fuente: Elaboración propia

4.5. Marco conceptual

4.5.2. Cadena

La cadena define como anillos enlazados en tres si y sirve para sujetar, es un objeto construido de metales se enlaza uno con otro, en el contexto administrativo la cadena significa el proceso de actividades y la coordinación que existe entre ellas para poder optimizar recursos y tiempo.

4.5.3. Mejora continua

La mejora continua es de vital importancia dentro de una empresa y poder permanecer en un mercado competitivo “nada permanece ni tiene que permanecer” si la empresa decide permanecer con su innovación tarde o temprano será remplazado por los que si se arriesgan innovar.

4.5.4. Tipos de actividades

Cuando se habla de tipos de actividades se puede entender de muchas maneras dentro de una empresa se categoriza las actividades que más resaltan las actividades primarias y apoyo, hay tres tipos que están vinculadas con ventaja competitiva de manera distinta. Actividades directas, actividades indirectas, y calidad.

4.5.5. Ventaja competitiva

La estrategia competitiva toma acciones defensivas para poder crear una posición en una industria, con el propósito de alcanzar un éxito a fuerzas competitivas y poder generar un retorno sobre la inversión realizada.

4.5.6. Cooperativas

Es una organización que agrupa a varias personas con una finalidad de poder realizar una actividad empresarial, su función está basada fundamentalmente en la cooperación de todos sus socios que conforman el nombre “cooperativa” y poder beneficiarse de forma directa obteniendo un bien o servicio.

4.5.7. Costos

Costo se dice que es el gasto económico ocasionado por la producción de un bien o servicio, incluye compra de insumo, el pago de mano de obra, gastos de producción y administrativos.

4.5.8. Productor

Es una persona natural o jurídica que intervienen en procesos de la producción ya que la persona o identidad que financia la realización de una cosecha o producto terminado.

4.5.9. Cadena productiva

Es un conjunto de agentes económicos que elaboran directamente en la producción, transformación, traslado de mercado, tecnología y capital.

4.5.10. Diferenciación

Se entiende como la estrategia de marketing fundamentada en la creación de una percepción por parte del usuario que lo diferencia de los competidores.

4.5.11. Comercialización

Es un conjunto de acciones a comercializar productos, bienes o servicios por organizaciones y empresas realizados desde la producción hasta el consumidor.

4.5.12. Exportación

El principal objetivo de régimen aduanero aplicable a las mercancías en libre circulación que lleva al territorio aduanero para el consumo definitivo en el exterior.

4.5.13. Trabajo en equipo

Implica en un grupo de personas con habilidades y destrezas que permitirá alcanzar el objetivo final, forma tener una mentalidad abierta y dinámica alineada con una misión y visión de una empresa para alcanzar metas e integrarse con sus compañeros, comunicación y compromiso.

Capítulo III

Metodología de investigación

3.1. Método de la investigación

La investigación según. Hernandez (2014) el enfoque cuantitativo, descriptivo de nivel correlación analizar e interpretar los resultados del estudio a través de la estadística y determinar la relación que existe entre la cadena de valor con la ventaja competitiva de socios productores y personal administrativo en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. que nos permitirá analizar la correlación entre las variables de la investigación.

3.2. Diseño de investigación

según Fernandez y Batista (2014) indican que. “Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado, es como tomar una fotografía de algo que sucede” (pág. 154); debido a que no se manipulan los variables de estudio durante la investigación y los datos fueron recogidos en un momento único para luego analizados.

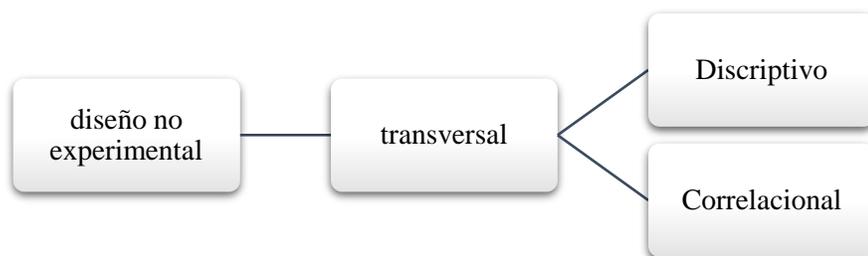


Figura 4. Diseño de la investigación

3.3. Formulación de hipótesis

3.3.1. Formulación de hipótesis

La cadena de valor mantiene una relaciona directa con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019

3.3.2. Hipótesis principal

- ✓ La cadena de valor mantiene una relación directa con la ventaja de costos de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019
- ✓ La cadena de valor mantiene una relación directa con la diferenciación de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019

3.4. Operacionalización de variables

A continuación, se visualizará (tabla 1) para demostrar la operacionalización de variables además se caracteriza en los (Anexo 6) la matriz de consistencia.

Variable	Dimensión	Definición Instrumental	Técnica	Definición operacional	Fuente de información
Cadena de valor	Actividades primarias	<p>En qué trasporta la materia prima, insumos y equipos</p> <p>Realiza una programación de estas modalidades de transporte para el traslado de materia prima, insumos y equipo</p> <p>Qué vías de acceso tienen los terrenos</p> <p>Cuenta con un lugar adecuado donde guardar su materia prima, insumos, materiales y equipos</p> <p>Realiza inventario de su materia prima, insumos, materiales y equipos después de jornada de trabajo</p> <p>Recibe orientación y capacitación sobre el proceso de producción de la quinua</p> <p>Con que frecuencia realiza pruebas y mantenimiento de la maquinaria y equipos de producción</p> <p>El empaquetado de la quinua lo realiza en sacos</p> <p>Cuenta con especialistas en el control de calidad de la quinua</p> <p>Cuenta con un espacio donde guardar o almacenar la cosecha</p> <p>Dispone de transporte para trasladar la quinua al lugar de almacenaje</p> <p>Lleva un registro o inventario de entrada y salida del producto de almacén</p> <p>La producción es solo para la exportación</p> <p>Cumple con la entrega del producto cuando y donde se lo pidan</p> <p>Realiza una programación para la entrega de los pedidos</p> <p>Realiza publicidad</p> <p>Crees que la integración de otras empresas sea una buena alternativa para mejorar las ventas del producto</p> <p>La relación con sus compradores actuales es buena</p> <p>Usted fijan el precio de venta del producto</p>	Encuesta	Escala Likert	Elaborado por Micheal E. Porter

Tabla 1
Operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Definición Instrumental	Técnica	Definición operacional	Fuente de información
Ventaja competitiva	Actividades de apoyo	<p>Ofrece garantías de su producto a los compradores, después de la venta</p> <p>Con que frecuencia realiza adquisiciones</p> <p>Cuenta con maquinaria que permita la industrialización de la quinua</p> <p>Con que frecuencia contrata personal</p> <p>Se realiza orientaciones y capacitaciones al personal luego de ser contratado</p> <p>La distribución de la estructura orgánica con que cuentan, es la adecuada para cumplir todo el proceso de producción</p> <p>Con que frecuencia averigua el costo de producción de sus competidores</p> <p>El costo de producción de su producto es inferior al de su competencia</p> <p>Usted está de acuerdo que vendiendo la quinua a mercados nuevos; será más eficiente su cadena de valor</p> <p>Está de acuerdo que la experiencia adquirida durante estos años como productor le ayudara a reducir sus costos de producción</p>	Encuesta	Escala Likert	Elaborado por Micheal E. Porter
	Ventaja en costos	<p>Comparte información sobre el proceso de producción con otros productores</p> <p>Crees que la coordinación entre las actividades optimiza el tiempo y minimiza costos</p> <p>Tener buenas relaciones con sus proveedores minimiza costos</p> <p>La ubicación del almacén de la cooperativa le genera menores costos en el transporte</p> <p>La ubicación de los terrenos genera menores costos en el transporte</p> <p>Cada cuánto tiempo reconfiguran la red de producción de la quinua</p> <p>Crees que dividiendo su mercado en sectores geográficos generaría más ventas</p>	Encuesta	Escala Likert	

Variable	Dimensión	Definición Instrumental	Técnica	Definición operacional	Fuente de información
	Diferenciación	<p>El precio de su producto es el más bajo del mercado</p> <p>Son los únicos productores de este grano dentro de la provincia</p> <p>Sus ventas son mayores a los de la competencia</p> <p>La forma en que comercializa su producto es diferente a como la realización a otros productores</p> <p>Ser productor orgánico les hace diferente a la competencia</p> <p>El reconocimiento de las propiedades nutritivas de la quinua orgánica a nivel mundial ayudo a que la cooperativa puede exportar</p>	Encuesta	Escala Likert	Elaborado por Micheal E. Porter

Nota: Junco (2017)

3.5. Delimitación geográfica y temporal

La investigación se realizó en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. En el distrito de Cabana, provincia San Román, departamento de Puno, el base de datos se adjuntó durante el mes de abril – agosto del 2019 (vista satelital en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. (Anexo 1 y 2) las características y la información de Coopain Cabana se presenta en siguiente (tabla 2):

Tabla 2

Datos generales de Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.

Rubros	Descripción
RUC	20448277781
Razón Social	Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda
Página Web	http://www.coopaincabana.com
Nombre Comercial	Coopain Cabana
Tipo Empresa	Cooperativas, Sais, Caps
Condición	Activo
Fecha inicio Actividad	01/Marzo/2011
Actividades comerciales	Elab. De otros prod. Alimenticios. Elab. De productos de molinería.
CIU (Códigos de sectores Económicos)	1599
Dirección legal	Jr. Jr Lima Nro. S/n Salida Cabana – Juliaca
Distrito/ Ciudad	Cabana
Provincia	San Román
Departamento	Puno, Perú
Perfil de Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda / Coopain Cabana:	Empadronada en el Registro Nacional de Proveedores para hacer contrataciones con el estado peruano
Gerente	Gonzales Villalta Domingo

Datos generales de la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda – Cabana

Nota: (Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019)

3.6. Estructura Organigrama de la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.

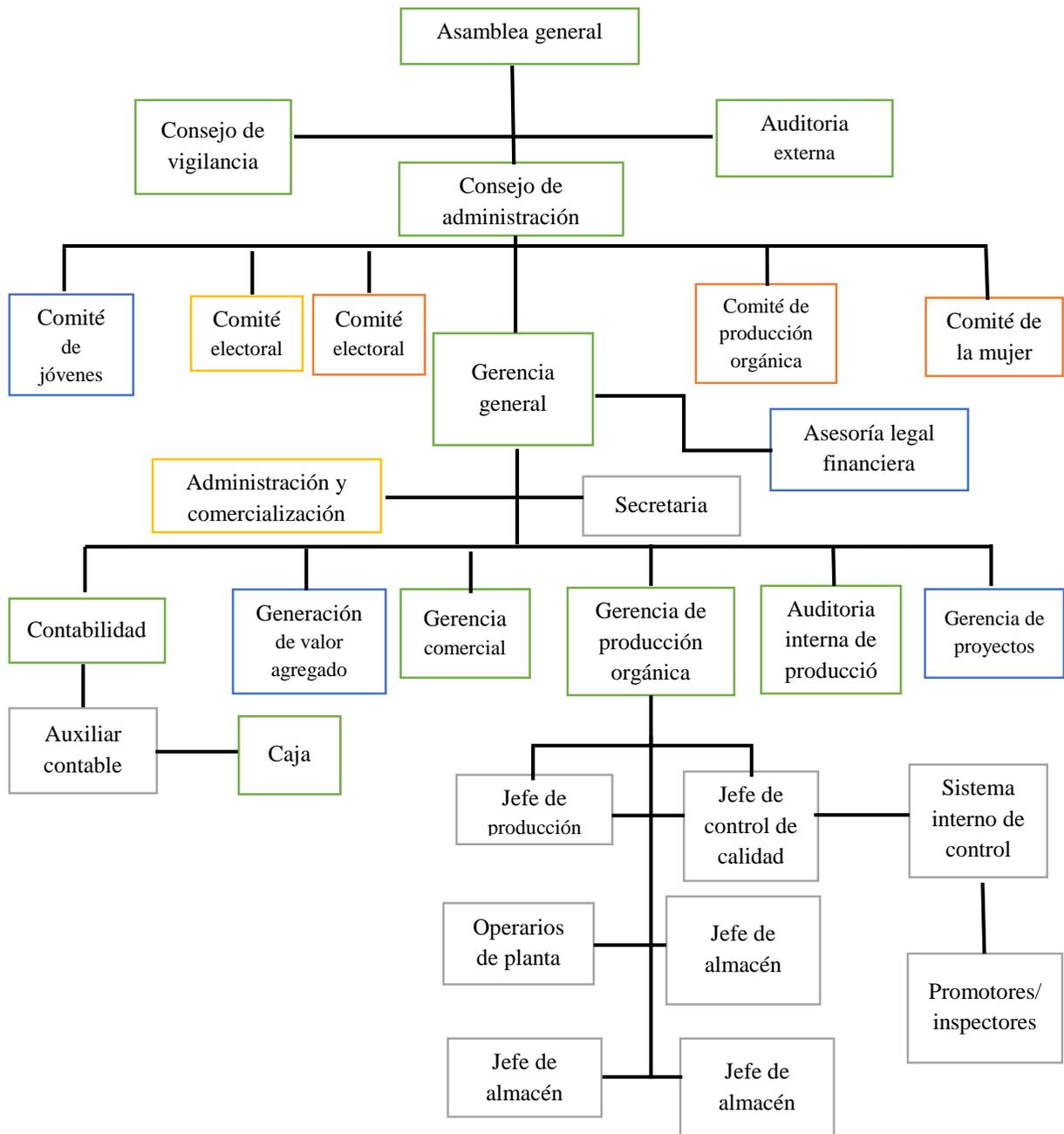


Figura 5. Organigrama estructural de la Cooperativa Agra Industrial Cabana Ltda.

Nota: (Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019); Elaborado: (Sandra y Sara)

3.7. Población y técnicas de investigación

3.8. Población

La población de universo en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Representan 72 socios productores y 23 personal administrativos, están vinculados con el propósito de estudio sumado con un total de 95 poblaciones de estudio. (Anexo 3)

3.9. Delimitación de la muestra

Para empezar la muestra está basada de 95 socios productores y personal administrativo en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, con un muestreo de tipo no probabilístico, según Fernandez y Batista (2014) “las muestras no probabilísticas, la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de propósitos del investigador, aquí el procedimiento no es mecánico ni se basa en fórmulas de probabilidad, sino depende del proceso de toma de decisiones de un investigador o de un grupo de investigadores” (p. 176). La población es finita en relación de personal administrativa y delegados de cada organización con la junta directiva de Coopain Cabana, cuenta con la autorización para el recojo de información para el proyecto de investigación, (Anexo 7 y 8)

a. Criterios de inclusión

- ✓ Socios pertenecientes a la junta directiva por cada organización.
- ✓ Todo el personal administrativo y operarios de la planta.

b. Criterios de exclusión

- ✓ Socios de la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. que no están ocupando ningún cargo dentro de la organización.
- ✓ Los socios nuevos que inscribieron en el padrón una organización más en 2019.

3.10. Instrumentos

3.10.1. Cuestionario

a. Cuestionario para la cadena de valor

El instrumento de la cadena de valor fue elaborado según. Bueno (2010) se utilizó técnicas de la encuesta que permitió diagnosticar la cadena de valor de 25 ítems que califica la escala de Likert en los siguientes criterios: (5) siempre, (4) la mayoría de las veces sí, (3) algunas veces sí, algunas no (2) la mayoría de la veces no, (1) nunca: La valoración de 25 ítems fueron agrupados en 2 distintas dimensiones que se menciona a continuación: actividades primarias y actividades de apoyo de acuerdo a las dimensiones cuenta con 5 y 4 ítems, en cuanto a las respuestas pueden ser respondidos con sinceridad.

b. Cuestionario para la ventaja competitiva

El instrumento con la ventaja competitiva fue elaborado. Bueno (2010) se utilizó técnicas de la encuesta que permitió diagnosticar con la ventaja competitiva de 17 ítems que califica la escala de Likert con los siguientes criterios: (5) siempre, (4) la mayoría de las veces sí, (3) algunas veces sí, algunas no (2) la mayoría de la veces no, (1) nunca; la valoración de 17 ítems fueron agrupados en 2 distintas dimensiones que se menciona a continuación: ventaja de costos y la diferenciación de acuerdo a las dimensiones cuentan con 8 y 4 indicadores, para el cumplimiento del cuestionario que debe ser respondida con sinceridad sin participación del encuestador.

El diseño de la encuesta para la cadena de valor y la ventaja competitiva se encuentra en el (Anexo 9)

3.10.2. Validación del instrumento

Para la validación del instrumento denominado, el cuestionario de la cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, se realizó una prueba de piloto a 22 productores de la quinua orgánica en dos Cooperativas: Cooperativa Agroindustrial Sur Andino Caminaca Ltda. Con la dirección CAR. Juliaca - Puno Km 2.5 NRU.2.5 URB. Taparachi / Puno - San Roman- Juliaca. Cooperativa Agropecuaria Industrial y Servicios Generales “San Roman Ltda” con la dirección Jr. Patalla Mz.25 Lte 8C, Urb los choferes - Juliaca-San Roman - Puno - Peru. La encuesta fue aplicada a finales del mes de agosto de presente año, la información fue procesada en programa SPSS 24, donde se comprobó la fiabilidad del instrumento ver (Anexo 11) el alfa de Cronbach obtenido para la cadena de valor y ventaja competitiva es de 0.856 (se solicitó a un experto para la validación del instrumento) (anexo 10)

Tabla 3
Análisis de fiabilidad Alfa de Cronbach

Estadística de fiabilidad	
Alfa de cronbach	856
N de elementos	45

3.11. Procesamiento de datos

Una vez aplicado el instrumento (encuesta) como recolección de datos se procede a la evaluación y verificación, a los encuestados viendo se cumpla el requisito de llenado al 100%, el cuestionario se procesó mediante el programa de SPSS versión 24 para la tabulación e indagación de tablas y analizar cada una de ellas, con el objetivo de obtener los datos estadísticos según la correlación lo cual nos permitirá realizar un mejor análisis de información e interpretación de cada variable.

3.12. Contraste de hipótesis

Para comprobar la hipótesis planteada en la investigación se aplicará el test de correlación de Chi – cuadrada y Rho Spearman que mide el grado de relación entre dos o más variables, cabe resaltar que los valores se encuentran desde $-1 \leq p \leq 1$, cuando $p = +$ la relación es directa entre las variables, si $p = -$ la relación es inversa si $p = 0$ son independientes, el coeficiente relación de Rho Spearman mide la fuerza de asociación entre dos variables aleatorias cuantitativas que poseen una distribución normal bivariada conjunta.

A continuación, veremos la siguiente formula de coeficiente:

$$p = \frac{\text{cov}(x, y)}{\sigma_x \sigma_y} \quad -1 \leq p \leq 1$$

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Presentación de resultados

Análisis descriptivo de la población (cálculo de los indicadores y medidas de resumen)

Tabla 4
Distribución de los socios en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Según su género

Género	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulada
Femenino	48	50,5	50,5
Masculino	47	49,5	100,0
Total	95	100,0	

Según la tabla 4 se puede observar la distribución de los socios productores y personal administrativo en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, según su género, en donde el 50,5% son del género femenino y el 49,5% son socios del género masculino.

Tabla 5
Distribución de los socios en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, según su edad.

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje
			acumulada
Menores de 25 años	13	13,7	13,7
De 26 a 35 años	28	29,5	43,2
De 36 a 45 años	19	20,0	63,2
De 46 a más años	35	36,8	100,0
Total	95	100,0	

Según la tabla 5 se puede observar la distribución de los socios productores y personal administrativo en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Según su edad, en donde el 13,7% tienen menos de 25 años, el 29,5% de los socios tienen entre 26 a 35 años, el 20,0% tienen entre 36 a 45 años y el 36,8% de los socios de la cooperativa tienen de 46 años a más.

Tabla 6

Distribución de los socios en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Según su nivel de estudios

Nivel de estudios	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Sin estudios	2	2,1	2,1
Primaria	22	23,2	25,3
Secundaria	40	42,1	67,4
Instituto	8	8,4	75,8
Universidad	23	24,2	100,0
Total	95	100,0	

La Tabla 6, muestra la distribución de los socios productores y personal administrativo de la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Según su nivel de estudios, en donde se observa que el 2,1% de socios no cuentan con estudios, el 23,2% tienen estudios primarios, el 42,1% tienen grado de instrucción secundario, el 8,4% tienen estudios superiores en un instituto y el 24,2% tienen su nivel de estudios superiores universitarios.

Tabla 7

Distribución de los socios y personal administrativo de la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, según su condición de trabajo

Condición de trabajo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Personal administrativo	23	24,2	24,2
Socio Productor	72	75,8	100,0
Total	95	100,0	

Según la tabla 7, muestra la distribución de los socios productores y personal administrativo de la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Según su condición de trabajo, en donde el 24,2% de los socios tienen la condición de personal administrativo y el 75,8% tienen condición de trabajo como socios productores.

Tabla 8

Distribución de los socios y personal administrativo en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Según el tiempo de trabajo

Tiempo de trabajo	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
1 año	11	11,6	11,6
1 a 3 años	14	14,7	26,3
3 a 5 años	9	9,5	35,8
Más de 5 años	61	64,2	100,0
Total	95	100,0	

Tabla 8 se puede observar distribución de los socios productores en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, según el tiempo de trabajo, en donde el 11.6% de los socios tienen 1 año de trabajo, el 14.7% vienen trabajando en el rubro de 1 a 3 años, el 9.5% trabajan entre 3 a 5 años, y un representativo 64.2% de los socios trabajan ya más de 5 años.

4.2. La relación de la cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica.

Se presenta las hipótesis con sus respectivas tablas, que muestran los resultados para cada objetivo.

Objetivo General

Determinar la relación de la cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019.

4.2.1. Análisis, interpretación de los resultados

Prueba de hipótesis para el objetivo general

HO: La cadena de valor no mantiene una relación directa con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019.

Ha: La cadena de valor mantiene una relación directa con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019.

Tabla 9

La cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019

		ventaja competitiva				Total
		Alta	Regular	Baja		
cadena de valor	Buena	Recuento	18	20	2	40
		% dentro del ítem	45,0%	50,0%	5,0%	100,0%
		% del total	18,9%	21,1%	2,1%	42,1%
valor	Regular	Recuento	16	25	14	55
		% dentro del ítem	29,1%	45,5%	25,5%	100,0%
		% del total	16,8%	26,3%	14,7%	57,9%
Total		Recuento	34	45	16	95
		% dentro del ítem	35,8%	47,4%	16,8%	100,0%
		% del total	35,8%	47,4%	16,8%	100,0%

Tabla 9 indica la cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019, se observa que el 18,9% de los socios cuentan con respecto de la cadena de valor es buena y por ende una alta ventaja competitiva, también el 21,1% de los que tienen una buena cadena de valor indican tener una regular ventaja competitiva y sólo el 2,1% de los que tienen una buena cadena de valor indican tener

una baja ventaja competitiva. Se observa que los socios de la cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Que el 16,8% de los que tienen una cadena de valor regular tienen una alta ventaja competitiva, el 26,3% de los que tienen una cadena de valor regular indican también tener una regular ventaja competitiva y por último aquellos socios que tienen una cadena de valor regular resultan tener una ventaja competitiva baja representados por un 14,7%.

Margen de error o significancia:

$$\alpha = 0,05\%$$

Esto significa que ambas variables sufren iguales cambios; en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Si aumenta la cadena de valor también aumentará la ventaja competitiva y si ocurre lo contrario, también ambas variables reducirían en su aplicación o viceversas, por eso es importante estar dependientes de dos variables.

4.2.2. La función de la prueba estadística a usar prueba de Chi – cuadrada.

Hernandez (2014) la función de la prueba estadística a usar es: Chi – Cuadrada prueba estadística para evaluar hipótesis acerca de la relación entre dos variables.

- ✓ Se simboliza: χ^2
- ✓ Hipótesis por probar: correlacionales.
- ✓ Variables involucradas: son dos, la prueba de Chi Cuadrada no considera relaciones causales.
- ✓ Procedimiento: se calcula por medio de una tabla de contingencia o tabulación cruzada.

En este caso, el valor de Chi cuadrada es significativo al nivel del 0.01, es decir, se acepta la hipótesis de investigación de que existe relación entre las variables

$$\chi^2* = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^k \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Tabla 10
Prueba de Chi-cuadrado

Prueba de Chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	7,492a	2	,024
Razón de verosimilitud	8,420	2	,015
Asociación lineal por lineal	6,178	1	,013
N de casos válidos	95		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 0.05%. El recuento mínimo esperado es 6,74.

Región de rechazo y aceptación:

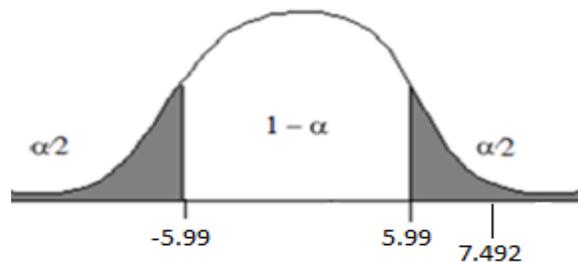


Figura 6. Zona de rechazo y aceptación

Toma de decisión:

Como $X^2_C = 7,492$ cae en la región de rechazo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, indica que la cadena de valor mantiene una relación directa con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019.

4.3. Prueba Rho de Spearman

Según Hernandez (2014) menciona, los coeficientes de la prueba Rho de Spearman, simbolizado como (rs) y Tau de Kendall, simbolizado como (t), son medidas de correlación para variables en un nivel de medición ordinal y nominal, de tal modo que los individuos, casos o unidades de análisis de la muestra pueden ordenarse por rangos. (p.322). Son coeficientes utilizados para relacionar estadísticamente escalas tipo Likert por aquellos investigadores que las consideran ordinales.

Tabla 11
Prueba Rho de Spearman

Correlaciones					
Rho de Spearman	cadena de valor	cadena de valor	Coeficiente de correlación	cadena de valor	ventaja competitiva
				1,000	,246*
			Sig. (bilateral)	.	,016
			N	95	95
	ventaja competitiva		Coeficiente de correlación	,246*	1,000
			Sig. (bilateral)	,016	.
			N	95	95

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05% (bilateral).

Según la prueba estadística Rho de Spearman para ver el grado de relación entre la cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019, se observa que el $\rho=0,246$ indica una correlación parcial entre las variables de investigación. Además, existe una dependencia entre la cadena de valor con la ventaja competitiva al nivel de significación del 0,05%.

Tabla 12
Prueba Tau b de Kendall

		Medidas simétricas			
		Valor	Error estandarizado asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal por nominal	Tau-b de Kendall	,234	,090	2,568	,010
N de casos válidos		95			

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Según la Prueba Tau b de Kendall para variables ordinales y nominales se encuentra también que el valor $p = 0,234$ es significativo debido a que el valor $\text{sig} = 0,010$ es menor a 0.05, lo que indica que existe una relación significativa entre las variables de la cadena de valor con la ventaja competitiva.

4.4. La relación de la cadena de valor con la ventaja de costos de la quinua orgánica.

Objetivo Especifico 1

Determinar la relación de la cadena de valor con la ventaja de costos de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.

Prueba de hipótesis para el objetivo específico 1

H_0 : La cadena de valor no tiene una relación directa con la ventaja de costos de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.

H_a: La cadena de valor mantiene una relación directa con la ventaja de costos de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.

Tabla 13

La cadena de valor con la ventaja de costos de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.

		ventaja de costos				
		Alta	Regular	Baja	Total	
cadena de valor	Buena	Recuento	22	17	1	40
		% dentro del ítem	55,0%	42,5%	2,5%	100,0%
		% del total	23,2%	17,9%	1,1%	42,1%
	Regular	Recuento	16	31	8	55
		% dentro del ítem	29,1%	56,4%	14,5%	100,0%
		% del total	16,8%	32,6%	8,4%	57,9%
Total		Recuento	38	48	9	95
		% dentro del ítem	40,0%	50,5%	9,5%	100,0%
		% del total	40,0%	50,5%	9,5%	100,0%

Según la tabla 13, se puede observar la cadena de valor con la ventaja de costos de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. En donde se observa que el 23,2% de los socios cuentan con una cadena de valor buena y por ende una alta ventaja de costos, también el 17,9% de los que tienen una buena cadena de valor indican tener una regular ventaja de costos y el sólo el 1,1% de los que tienen una buena cadena de valor indican tener una baja ventaja de costos. Por otro lado, se observa que los socios en la cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, Que el 16,8% de los que tienen una cadena de valor regular tienen una alta ventaja de costos, y el 32,6% de los que tienen una cadena de valor regular

indicar también tener una regular ventaja de costos y por ultimo aquellos socios que tienen una cadena de valor regular resultan tener una ventaja de costos baja representados por un 8,4%.

Margen de error o significancia:

$$\alpha = 0,05\%$$

Lo cual indica la cadena de valor sufre igual cambio con la dimensión de ventaja de costos; en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Si aumenta la cadena de valor al mismo tiempo aumentara la ventaja de costos y si ocurre lo contrario, también ambas variables reducirían en su aplicación o viceversas, entre dos variables son dependientes si hay una cadena de valor bueno se logrará una alta ventaja de costos.

La función de la prueba estadística a usar es: prueba Chi – cuadrada

$$\chi^{2*} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^k \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Tabla 14
Prueba Chi - cuadrada

	Valor	gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	8,314a	2	,016
Razón de verosimilitud	8,914	2	,012
Asociación lineal por lineal	8,220	1	,004
N de casos válidos	95		

a. 1 casillas (16,7%) han esperado un recuento menor que 0,05%. El recuento mínimo esperado es 3,79.

Región de rechazo y aceptación:

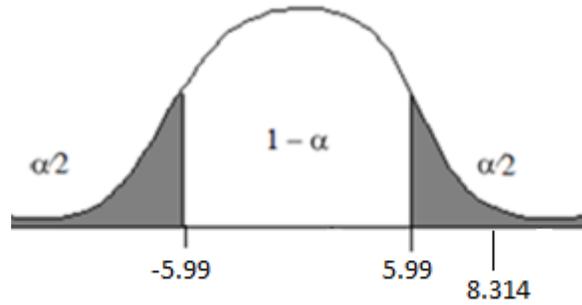


Figura 7. Zona de rechazo y aceptación

Toma de decisión:

Como $X^2_C = 8.314$ pertenece a la región de rechazo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, indica que la cadena de valor mantiene una relación directa con la ventaja de costos de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019.

Tabla 15
Prueba Rho de Spearman

Correlaciones				
			cadena de valor	ventaja de costos
Rho de Spearman	cadena de valor	Coeficiente de correlación	1,000	,292**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	95	95
	ventaja de costos	Coeficiente de correlación	,292**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	95	95

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

Según la prueba estadística Rho de Spearman para ver el grado de relación entre la cadena de valor con la ventaja de costos de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, se observa que el $p=0,292$ indica una correlación parcial entre las variables de investigación, además existe dependencia entre las variables cadena de valor con la ventaja de costos al nivel de significación del 0,05%.

Tabla 16
Prueba Tau b de Kendall

		Medidas simétricas			
		Valor	Error estandarizado asintótico ^a	T aproximada ^b	Significación aproximada
Ordinal por nominal	Tau-b de Kendall	,282	,091	3,062	,002
N de casos válidos		95			

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Según la Prueba Tau b de Kendall para variables ordinales y nominales, se encuentra también que el valor $p = 0,282$ es significativo debido a que el valor $sig = 0.002$ es menor a 0.05, lo que indica que existe una relación significativa entre las variables de la cadena de valor con la ventaja de costos.

4.5. La relación entre la cadena de valor con la diferenciación de la quinua orgánica.

Objetivo Específico 2

Determinar la relación entre la cadena de valor con la diferenciación de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.

Prueba de hipótesis para el objetivo específico 2

HO: La cadena de valor no mantiene una relación con la diferenciación de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.

Ha: La cadena de valor mantiene una relación con la diferenciación de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.

Tabla 17

La cadena de valor con la diferenciación de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.

		diferenciación				
		Alta	Regular	Baja	Total	
cadena de valor	Buena	Recuento	27	10	3	40
		% dentro del ítem	67,5%	25,0%	7,5%	100,0%
		% del total	28,4%	10,5%	3,2%	42,1%
Regular		Recuento	25	16	14	55
		% dentro del ítem	45,5%	29,1%	25,5%	100,0%
		% del total	26,3%	16,8%	14,7%	57,9%
Total		Recuento	52	26	17	95
		% dentro del ítem	54,7%	27,4%	17,9%	100,0%
		% del total	54,7%	27,4%	17,9%	100,0%

Según la tabla 11, se puede observar la cadena de valor con la diferenciación de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Donde se observa que el 28,4% de los socios cuentan con una cadena de valor buena y por ende una alta ventaja competitiva en la dimensión de la diferenciación, también el 10,5% de los que tienen una buena cadena de valor indican tener una regular diferenciación y el sólo el 3,2% de los que tienen una buena cadena de valor indican tener una baja ventaja en la diferenciación. Por otro lado, se observa que los socios en la cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Que el 26,3% de los que tienen una cadena de valor regular tienen una alta ventaja en la diferenciación, el 16,8% de los que tienen una cadena de valor regular indican también tener una regular en respecta a la diferenciación y por ultimo aquellos socios que tienen una cadena de valor regular y por ende una baja en la diferenciación representados por un 14,7%.

Margen de error o significancia:

$$\alpha = 5\%$$

Frente a la cadena de valor sufre igual cambio con la dimensión de la diferenciación; en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Si aumenta la cadena de valor al mismo tiempo aumentara la diferenciación y si ocurre lo contrario, también ambas variables reducirían en su aplicación, ambas variables son dependientes si hay una cadena de valor bueno se lograra una notable diferenciación.

La función de la prueba estadística a usar es: prueba Chi – cuadrada

$$\chi^{2*} = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^k \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

Tabla 18
Prueba de Chi-cuadrado

Pruebas de Chi-cuadrado			
	Valor	Gl	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	6,370 ^a	2	,041
Razón de verosimilitud	6,819	2	,033
Asociación lineal por lineal	6,208		,013
		1	
N de casos válidos	95		

a. 0 casillas (0,0%) han esperado un recuento menor que 0.05% el recuento mínimo esperado es 7,16.

Región de rechazo y aceptación:

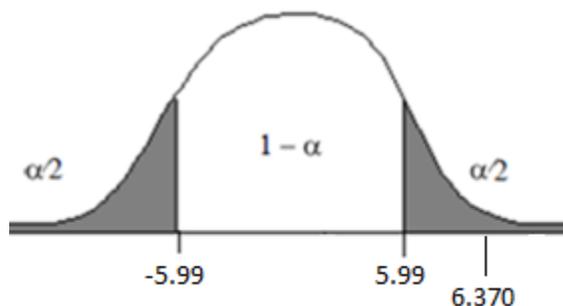


Figura 8. Zona de rechazo y aceptación

Toma de decisión:

Como $X^2_c = 6.370$ pertenece a la región de rechazo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, indica que la cadena de valor mantiene una relación con la diferenciación de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.

Tabla 19
Prueba Rho de Spearman

Correlaciones				
			cadena de valor	cadena de diferenciación
Rho de	cadena de valor	Coeficiente de	1,000	,249*
Spearman		correlación		
		Sig. (bilateral)	.	,015
		N	95	95
	diferenciación	Coeficiente de	,249*	1,000
		correlación		
		Sig. (bilateral)	,015	.
		N	95	95

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05% (bilateral).

Según la prueba estadística Rho de Spearman para ver el grado de relación entre la Cadena de valor con la diferenciación de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Se observa que el $\rho=0,249$ indica una correlación parcial entre las variables de investigación, además existe dependencia entre las variables cadena de valor con la diferenciación al nivel de significación del 0.05%.

Tabla 20
Tau – b de Kendall

Medidas simétricas

		Valor	Error estandarizado asintótico a	T aproximada b	Significación aproximada
Ordinal por nominal	Tau-b de Kendall	,238	,090	2,603	,009
N de casos válidos		95			

a. No se presupone la hipótesis nula.

b. Utilización del error estándar asintótico que presupone la hipótesis nula.

Según la Prueba Tau b de Kendall para variables ordinal y nominal, se encuentra también que el valor $p = 0,238$ es significativo debido a que el valor $sig = 0.009$ es menor a 0.05 , lo que indica que existe una relación significativa entre las variables cadena de valor con la diferenciación.

4.6. Discusión de resultados

Según los resultados de la investigación desde los cuestionarios de la cadena de valor con la ventaja competitiva en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. entre las dos variables de coeficiente de la prueba de Rho de Spearman la correlación es 0,246*, lo cual indica una correlación parcial o baja entre las variables, datos similares se observa en la investigación de Junco (2017) que si existe una correlación positiva baja con un valor de ($r=0,249$) con una población de 409 individuos, encuestados pertenecientes a la Cooperativa Agroindustrial Machupicchu LTDA. Concluyendo en las dos investigaciones si existe una correlación hay una dependencia entre dos variables de igual forma Malpartida (2016) se encontró en su trabajo de investigación, que la cadena de valor de la empresa galletera Félix es poco favorable para obtener la ventaja competitiva, porque no toda las actividades están direccionada eficiente y eficazmente como deberían de ser que es poco favorable; de tal manera las actividades de la cadena de valor no están siendo tomadas en cuenta como fuentes posibles de la ventaja competitiva.

En cuanto al primer objetivo específico: Determinar la relación de la cadena de valor con la ventaja de costos de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Lo cual indica la cadena de valor con la dimensión de ventaja de costos se observa la prueba de Rho de Spearman la correlación es 0,292**, lo cual indica una correlación parcial o baja además existe dependencia entre variable de la cadena de valor con la ventaja de costos, si existe una correlación significativa de 0.05%. según, Bueno (2010) define que los resultado la ventaja de costos es de vital consideración para las estrategias de diferenciación, los directivos admiten la importancia del costo, y muchos planes estratégicos ponen como meta el “liderazgo en costos” o la “reducción de costos.

En cuanto al segundo objetivo específico: determinar la relación entre la cadena de valor con la dimensión de diferenciación de la quinua orgánica, se observa la prueba de Rho de Spearman de correlación es 0,249*, lo cual indica una correlación parcial o baja además existe dependencia entre el variable de la cadena de valor con la diferenciación, si existe una correlación significativa de 0.05%. Indica la cadena de valor mantiene una relación con la diferenciación de la quinua orgánica, también podemos observar los resultados obtenidos, de correlación de la cadena de valor con la diferenciación corroborando con la investigación de Junco (2017) menciona, en la diferenciación es la capacidad de ofrecer un producto distinto y más atractivo para sus compradores frente a los productos brindados por nuestros competidores. Guiseppe y Samame (2019) el grado de la diferenciación tiene mucho que ver como ofrecer un producto distinto, cuando las ofertas de los rivales son idénticas o poco diferenciadas suele ser fácil y barato que los compradores pasen sus compras de un vendedor a otro.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

La cadena de valor mantiene una relación directa con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019. Los resultados confirman que se observa Rho de Spearman el $\rho=0.246$ indica una correlación parcial entre las variables de investigación, además existe dependencia entre las dos variables cadena de valor con la ventaja competitiva al nivel de significancia de 0.05%. Entonces como $X^2_C = 7.492$ cae en la región de rechazo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, sirve para refutar o negar lo que afirma la hipótesis de la investigación; según la Prueba Tau b de Kendall para variables ordinal de la cadena de valor y nominal de la ventaja competitiva se encuentra que el valor $p = 0.234$ es significativo debido a que el valor $sig = 0.010$ es menor a 0.05%, lo que indica que existe una relación significativa entre las variables cadena de valor y ventaja competitiva.

Se concluye para el primer objetivo específico la cadena de valor mantiene una relación directa con la ventaja de costos de la quinua orgánica, indica una correlación parcial entre las variables de investigación además, existe dependencia entre las variable cadena de valor con la dimensión de ventaja de costos al nivel de significación del 0.05%, se acepta como $X^2_C = 8.314$ pertenece a la región de rechazo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, indica que si tiene más claro la cadena de valor hay más posibilidades de obtener un costo adecuado de la quinua orgánica.

Según la Prueba Tau b de Kendall para variables ordinal se encuentra también que el valor $p = 0.282$ es significativo debido a que el valor $sig = 0.002$ es menor a 0.05%, indica que

existe una relación significativa entre las variables cadena de valor con la ventaja de costos.

Se concluye para el segundo objetivo específico la cadena de valor mantiene una relación con la dimensión de diferenciación de la quinua orgánica, una correlación parcial entre las variables de la investigación además, existe una dependencia entre las variables cadena de valor con la diferenciación al nivel de significación del 0.05% se descarta la nula y acepta la hipótesis alterna de la investigación. Como $X^2C = 6.370$ pertenece a la región de rechazo, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna eso indica si tiene una cadena de valor parcial se lograra, una diferenciación en valor agregado ser diferente a los competidores.

Según Prueba Tau b de Kendall para variables ordinal se encuentra también que el valor $p = 0.238$ es significativo debido a que el valor sig = 0.009 es menor a 0.05%, lo que indica que si existe una relación significativa entre la variable de la cadena de valor con la diferenciación.

5.2. Recomendaciones

Luego de haber obtenido los resultados de la investigación del estudio realizado respecto sobre la cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019. Se menciona las siguientes recomendaciones:

Dentro de la cooperativa mantener los eslabones de cadena de valor, de una cadena de actividades que van añadiendo valor al producto a medida que pasa por cada una de ellas, para permitir a identificar mejor sus fortalezas y debilidades con respecto a las fuentes potenciales de ventaja competitiva y costos asociados a cada actividad; desarrollar capacitaciones acerca de la cadena de valor a los socios productores para dar a entender que es ventaja competitiva, ya que no tiene mucho conocimiento los productores.

Para lograr la cadena de valor eficiente y superara a la competencia mejorar la producción orgánica y en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.

En la ventaja de costos tener en cuenta los ocho indicadores: costos relativos de los competidores se encarga de analizar los costos de su competencia, para mejorar sus actividades y tener un costo menor que la competencia, control de escala reduce el costo con una escala creciente a través de adquisiciones, control de aprendizaje no se realiza de manera automática que proviene de esfuerzo y la atención de los directivos y empleados, control de los nexos se refiere una empresa puede mejorar su posición en costos si descubre los nexos entre sus actividades de valor y poder aprovecharla, control de las interrelaciones una empresa puede reducir considerablemente sus costos si comparte las actividades de valor con afines de negocio.

La ubicación influye en tarifas salariales y eficiencia de acceso a proveedores, reconfiguración de cadena de valor cuando la empresa adopta una cadena de valor muy distinta que sus competidores, segmentación ofrece una industria reducir sus costos de modo significativo para alcanzar una venta de costos.

A los productores y colaboradores de la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda. Se recomienda alcanzar una exportación directo al mercado exterior con su propia marca y posicionarse en otros países, para lograr la diferenciación de otros rivales del mismo producto en la región Puno.

Referencias

- Aguinaga Coronado, J. L., & Rojas Villegas, K. B. del P. (2018). Cadena de valor y el incremento del nivel de ventas en la empresa de ceramicos Lambayeque SAC, Chiclayo 2013. Universidad Señor de Sipán, Chiclayo.
- Anaya, Franco, J. G. (2017). Estrategias de marketing turismo sustentable para el escalamiento de los establecimiento hoteleros en la Cadena de Valor de Turismo de la Isla de Cozumel, Quintano Roo. Universidad Nacional Autonoma de México, México.
- Arce, Castro, Bertha Alicia y Calves, Hernández, S. (2008). La evaluación de las cadenas de valor como estrategia para la competitividad de las Pymes. Revista Electrónica de Ciencias Sociales, 5, 11.
- Bastardo, J., & Ruz, S. (2012). La cadena de valor y sus ventajas competitivs enn el mundo empresarial. Universidad de Oriente, Maturín.
- Berrozpe, Martinez, A. (2012). La cadena de valor de los operadores Logisticos en España un Analisis Empirico (Lulu). España.
- Bueno, Campos, E. (2010). Ventaja Competitiva (Pirámide). Madrid.
- Bueno Campus, E. (2009). Estrategia Competitiva (Pirámide). Madrid.
- Cabrera, G., Josue, J., & Barreto, B. (2018). "El maketing digital y la ventaja competitiva en las Mymes del C.C. Shopping Center San Miguel - 2018. Universidad César Vallejo, Perú.
- Cana, Garcia, Evelyn y Mamani, Condori, malu H. (2018). Cadena de Valor en el Departamento de Emergencias y Cuidados criticos del Hospital Regional del Cusco en el Año 2018. Universidad Andina de Cusco, Cusco.
- Cárdenas, Vargas Machaca, P. J. (2015). Competitividad de la cadena productiva de la quinua organica en el Valle del Mantaro - Region Junin. Universidad Nacional Agraria

- Molina, Lima.
- centro-del-comercio-internacional @ www.tfafacility.org. (2018). Retrieved from <https://www.tfafacility.org/es/centro-del-comercio-internacional>
- Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda | Coopain Cabana. (2019). Retrieved July 15, 2019, from <https://www.universidadperu.com/empresas/cooperativa-agro-industrial-cabana.php>
- G. de White, E. (2005). *Historia de los Patriarcas y Profetas (Asociación)*. Argentina.
- Guiseppe, Juan carlos y Samame Castillo, A. M. (2019). *Modelo para la competitividad en la cadena de valor de la caña de azúcar en el departamento de Lambayeque. Lambayeque.*
- Guzman Bautista JH, y C. F. G. (2019). Evaluacion de la cadena de valor del Cacao (theobroma cacao I.) Peruano. *Enfoque Ute*, 10, 97–116.
- Haapio, Helena., Siedel, George., Bernal, Fariño, M. (2016). Aplicación del derecho proactivo como una ventaja competitiva. *Revista De Derecho Privado*, 31, 265–317. <https://doi.org/10.18601/01234366.n31.09>
- Hernandez, Sampieri, Roberto. Fernandez, Collado, Carlos y Batista, Lucio, P. (2014). *Metodologia de la Investigacion (Mexicana)*. Mèxico.
- Herrera, Pantoja, R. (2011). *Las cadenas de valor un instrumento de agregación de valor en el sector productivo, como alternativa de desarrollo local. Mayor de san Andrés, La Paz - Bolivia.*
- Jiménez Bautista, S., & Rodríguez Peralta, C. M. (2017). La inclusión de las Pymes en la Cadena de valor de la Industria Automotriz en México en el marco del Tratado Trans-Pacífico (ttp). *Economía Informa*, 403, 46–65. <https://doi.org/10.1016/J.ECIN.2017.05.004>

- Joan, M. (2013). Para entender a Michael Porter (Patria, S.). Mexico.
- Junco Antezana, P. E. (2017). Cadena de valor y ventaja competitiva de la quinua orgánica en la cooperativa agroindustrial Machupicchu Ltda. Andahuaylas, 2016. In instacron:UNAJMA. Retrieved from <http://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/181214>
- Malpartida, M. I. (2016). La cadena de valor y su relación con la ventaja competitiva en la Industria galletera Félix E.I.R.L. 2015. Universidad Nacional “Hermilio Valdizán,” Huánuco.
- Manzo, Martínez, M. A. (2015). El análisis de la cadena de valor como fuente de ventajas competitivas en la empresas exportadoras de zarzamora en México. Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, México.
- Marysela Morillo, M. C. (2005). Análisis de la Cadena de Valor Industrial y de la Cadena de Valor Agregado para las Pequeñas y Medianas Industrias. 8, 53–70.
- Ministerio de Agricultura. (2012). Plan Estratégico Sectorial Multianual 2012-2016. Retrieved from https://www.minagri.gob.pe/portal/download/pdf/conocenos/transparencia/planes_estrategicos_regionales/pesem2012-2016.pdf
- Montufar, Achahuanco, Danery y Castañeda, Villafuerte, J. A. (2014). Análisis de la cadena de valor de la quinua del Distrito de Anta , Region Cusco, periodo 2014 - 2016. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, Cusco.
- Mozas, Moral, A. (2002). La participacion de los Socios en las Cooperativas Agrarias: Aproximacion empirica. 40, 165.
- Olea, Miranda, Jaime, Contreras, Oscar y Barcelo Valenzuela, M. (2016). Las capacidades de absorción del conocimiento como ventajas competitivas para la inserción de pymes en cadenas globales de valor. Estudios Gerenciales, 32, 127–136.

<https://doi.org/10.1016/j.estger.2016.04.002>

Oscar, G., & Arquíñigo, M. (2009). Rol de la Dirección General de Competitividad

Agraria. Retrieved from

<http://minagri.gob.pe/portal/download/pdf/novedades/roldeladgca.pdf>

Pecina, Hernandez, J. (1900). Ventaja competitiva (Grupo Edit; Pirámide, Ed.). México.

Porter, Michael E y Buenos, Campos, E. (2010). Ventaja competitiva (piramide). Madrid.

Robben, X., Quatrebarbes, A. de, & Serra, M. M. (2016). La cadena de valor de Michael

Porter (Pirámide, Ed.). 50minutos.es.

Stephany, J., & Rua, D. (2017). Ventajas competitivas de la empresa exportadora de

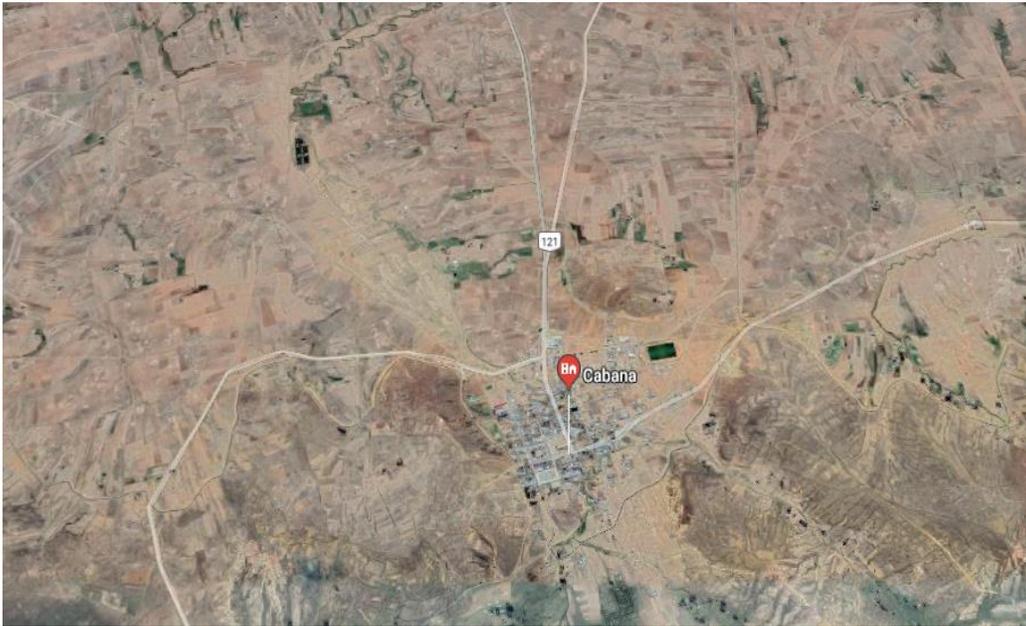
aguaymanto deshidratado caso: Villa Andina 2015. Universidad César Vallejo, Lima -

Perú.

Valera, R. (1960). Santa Biblia, antiguo y nuevo testamento. (Sociedades). Brasil.

Anexos

Anexo A Vista satelital del distrito de Cabana



Fuente: Google Maps

Anexo B. Vista satelital Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda - Cabana



Fuente: Google Maps

Anexo C. Población Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda – Cabana 2019

Socios/Administradores	2019	%
Productores	72	10%
Administradores	23	90%
Total	95	100%

Fuente: Elaboración propia

Anexo D. Número de socios productores y personal admirativo de Coopain Cabana

PERSONAL ADMINISTRATIVO Y TRABAJADORES			
CARGO	NOMBRES	Nº DE CELULAR	
GERENTE GENERAL	DOMINGO GONZALES VILLALTA	968291080	PUNO
ADMINISTRACION			
ADMINISTRACIÓN Y MERCIALIZACIÓN	ADMINISTRACIÓN Y MERCIALIZACIÓN	983348133	JULIACA
CONTADOR	YANETH YESENIA QUISPE NADO		
TESORERÍA	LIZBETH YESENIA QUISPE NADO	966529000	JULIACA
EQUIPO TECNICO			
GERENTE DE PRODUCCIÓN	EUSEBIO CHURA PARISACA	950574835	PUNO
JEFE DE PLANTA	EDSON IBAÑES BEJAR	940872324	JULIACA
ENCARGADO DE MACÉN	ROCIO LISBET CONDORI TIERRES	910090436	CABANA
ÁREA DE CALIDAD	ENMA VICHATA CONDORI	949887772	CABANA
TÉCNICO DE CAMPO	IGNACIO BENAVENTE VILCA		
TÉCNICO DE CAMPO	ROLANDO CALCINA VALDIVIA	958230684	COLLANA
TÉCNICO DE CAMPO	HERNÁN LOZA MESTAS	957705285	MUSOC ILLARY
TÉCNICO DE CAMPO	DENNI HALANOCA TUMI	940121381	CABANILLAS
PRCTICANTES			
PRACTICANTE DE SOCIOS	YOISE NOEMI MENDOZA MANI		
PRACTICANTE DE TESORERÍA	JESSI		
PRACTICANTE DE INGENIERA	MONICA CHOQUE		
PRACTICANTE DE INGENIERA	EDITH CHARREZ		
PRACTICANTE DE INGENIERA	EBER CANAZA BELLIDO		

PRACTICANTE DE INGENIERIA	CESAR TORRES APAZA		
PRACTICANTE DE CONTADOR	ELENA HIDALGO		
LOGÍSTICA	NEMAR APAZA CANAZA	955723771	AYAGACHI
CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN 2019			
PRESIDENTE	ALAN MOLINA BENAVENTE		HUANCARANI
VICEPRESIDENTE	RUFINO COLCA	59252504	
SECRETARIO	HERNÁN LOZA MESTAS	957705285	MUSOC ILLARY
CONSEJO DE VIJILANCIA 2019			
PRESIDENTE	EVA MAMANI ALIAGA		
VICEPRESIDENTE	CHELA DUEÑAS MAMANI	962837383	ASPEPROACO
SECRETARIO	ROGER MIRANDA SOTO	989490496	PHARARA
PERSONAL DE LIMPIEZA			
PERSONAL DE LIMPIEZA	INES BURGOS		
PERSONAL DE SEGURIDAD			
VIGILANCIA	EPIFANIO APAZA COLCA	944415199	JULIACA
VIGILANCIA	CIPRIANO NINA CUNO	942913486	CORCORONI
OPERARIOS DE PLANTA DE PROCESOS			
OPERARIO DE PLANTA	ROBERTO SULCA FLORES	950123033	CORCORONI
OPERARIO DE PLANTA	JORGE FELIX EQUIAPA ZARRAS	996988812	CABANA
OPERARIO DE PLANTA	WILFREDO VILCA FLORES	947034720	YANARICO
OPERARIO DE PLANTA	VENACIO VILCA CCALLA		
OPERARIO DE PLANTA	FREDY YUCRA QUISPE	926534650	YANARICO

1	Central Vizallani		
	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	Nº Celular
	Presidente	Victor Flores Salcedo	975636458
	secretario (a)	Mafalda Luque Ancco	
	Tesorero	Dora Ticono Otazu	
	Vocal	Liliana Miranda Castillo	
2	San Cristobal		
	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	Nº Celular
	Presidente	Vicenta Castillo	
	secretario (a)	Filomena Vilca Velarde	
	Tesorero	Rofina Mamani	
	Vocal	Rosario Quispe	
3	Cuinchaca		
	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	Nº Celular
	Presidente	Flora Calcina Aguilar	

	secretario (a)	Elna Garate Cozo	
	Tesorero	Mariano Quispe Gutierrez	
	Vocal	Santiago Diaz Centeno	
	Yapucachi		
4	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	N° Celular
	Presidente	Roxana Cabana Miranda	
	secretario (a)	Sabino Charrez Benavente	
	Tesorero	Cirila Aguilar Charrez	
	Vocal	Dorotea Condori de Arias	
	Santa Rosa		
5	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	N° Celular
	Presidente	Julia Eva Equiapaza	946830732
	secretario (a)	Betty Llanos	
	Tesorero	Felicitas Ruelas	
	Vocal	Leonardo Lorenzo Rivera	
	Apac Cieneguillas		
6	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	N° Celular
	Presidente	Pedro Castillo Gutiérrez	
	secretario (a)	Nely Sucari Luna	
	Tesorero	Bonifacio Vilca Quispe	
	Vocal	Isaac Canaza Mamani	
	Pharara		
7	Junta Directiva	Nombre y Apellidos	N° Celular
	Presidente	Rene Miranda Soto	
	secretario (a)	Sonia Ticona Canaza	
	Tesorero	Roger Miranda Zoto	
	Vocal	Adriana Vilca Mamani	
	Aspeproaco		
8	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	N° Celular
	Presidente	Nancy Dueñas Gutiérrez	
	secretario (a)	Chela Dueñas Ramírez	
	Tesorero	Tadeo Colca Bedoya	
	Vocal	Reyna Marín Castro	
9	Vizallani 1		
	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	N° Celular

	Presidente	Cipriano Ticona Flores	
	secretario (a)	Eulalia Calla Ramos	
	Tesorero	Daniel Cárdenas Cuno	
	Vocal	Natividad Apaza Quispe	
	Silarani		
10	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	Nº Celular
	Presidente	Pedro Colca Sucasaca	
	secretario (a)	Mirian Vilca Quispe	
	Tesorero	Dianet Canaza Mamani	
	Vocal	Pedro Mamani Alejos	
	Musoc Illary		
11	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	Nº Celular
	Presidente	Pascual Vilca Noa	930791691
	secretario (a)	Eulogio Gutiérrez Pareces	
	tesorero (a)	Lisbeth Huaranca Quispe	
	Vocal	Juana Miranda Canaza	
	Huancarani		
12	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	Nº Celular
	Presidente	Rufino Cuno Colca	951688059
	secretario (a)	Inés Ali Ramírez	
	Tesorero	Martha Charca Colca	
	Vocal	Elena Quispe Llanos	
	Kollas		
13	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	Nº Celular
	Presidente	Teófila Gallegos Coila	950851246
	secretario (a)	José Marín Mendoza	
	Tesorero	Andrea Sapana Cutipa	
	Vocal	Justo Quispe Vilca	
	Canteria		
14	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	Nº Celular
	Presidente	Corina Quispe Charca	981598144
	secretario (a)	Ninfa Yucra Quispe	
	Tesorero	Ana Mamani Quispe	
	Vocal	Cristina Quispe Ito	
15	Civil Cabana		

	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	N° Celular
	Presidente	Edith Vilca Ruis	972408895
	secretario (a)	Yanet Checca Bernedo	
	Tesorero	Ruth Elena Hidalgo Ruiz	
	Vocal	Vicente Quispe Charca	
	San Isidro		
	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	N° Celular
	Presidente	Tomas Charres Rios	996258932
16	secretario (a)	Leli Doli Zela	
	Tesorero	Elena Zapana Quispe	
	Vocal	Julia Quispe de Coa	
	Apaac Cabanillas		
	Junta Directiva	Nombres y Apellidos	N° Celular
	Presidente	Idelfonso Colca Cabana	
17	secretario (a)	Ireni Arevilca Quispe	
	Tesorero	Enrique Rosas Infantes	
	Vocal	Julia Zalas Roque	

Fuente: Elaboración Propia.

Anexo E. Matriz de consistencia

La cadena de valor y la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES
Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	
¿Cómo se relaciona la cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019?	Determinar la relación de la cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019	La cadena de valor mantiene una relación directa con la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019	Variable 1 cadena de valor
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicos	
¿Cómo se relaciona la cadena de valor con la ventaja de costos de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019?	Determinar la relación de la cadena de valor con la ventaja de costos de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019.	La cadena de valor mantiene una relación directa con la ventaja de costos de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019	Variable 2 ventaja competitiva
¿Cómo se relaciona la cadena de valor con la diferenciación de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019?	Determinar la relación entre la cadena de valor con la diferenciación de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019.	La cadena de valor mantiene una relación directa con la diferenciación de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019	

Anexo F. Operacionalización de variables

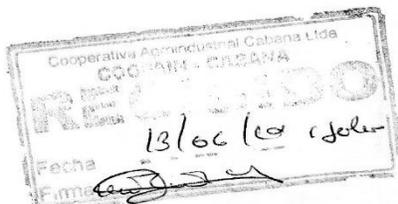
Variable	Dimensión	Definición Instrumental	Técnica	Definición operacional	Fuente de información
Cadena de valor	Actividades primarias	En qué transporta la materia prima, insumos y equipos	Encuesta	Escala Likert	Elaborado por Micheal E. Porter
		Realiza una programación de estas modalidades de transporte para el traslado de materia prima, insumos y equipo			
		Qué vías de acceso tienen los terrenos			
		Cuenta con un lugar adecuado donde guardar su materia prima, insumos, materiales y equipos			
		Realiza inventario de su materia prima, insumos, materiales y equipos después de jornada de trabajo			
		Recibe orientación y capacitación sobre el proceso de producción de la quinua			
		Con que frecuencia realiza pruebas y mantenimiento de la maquinaria y equipos de producción			
		El empaquetado de la quinua lo realiza en sacos			
		Cuenta con especialistas en el control de calidad de la quinua			
		Cuenta con un espacio donde guardar o almacenar la cosecha			
		Dispone de transporte para trasladar la quinua al lugar de almacenaje			
		Lleva un registro o inventario de entrada y salida del producto de almacén			
		La producción es solo para la exportación			
		Cumple con la entrega del producto cuando y donde se lo pidan			
		Realiza una programación para la entrega de los pedidos			
		Realiza publicidad			
		Crees que la integración de otras empresas sea una buena alternativa para mejorar las ventas del producto			
La relación con sus compradores actuales es buena					
Usted fijan el precio de venta del producto					

Variable	Dimensión	Definición Instrumental	Técnica	Definición operacional	Fuente de información
Ventaja competitiva	Actividad de apoyo	Ofrece garantías de su producto a los compradores, después de la venta	Encuesta	Escala Likert	Elaborado por Micheal E. Porter
		Con que frecuencia realiza adquisiciones			
		Cuenta con maquinaria que permita la industrialización de la quinua			
		Con que frecuencia contrata personal			
		Se realiza orientaciones y capacitaciones al personal luego de ser contratado			
		La distribución de la estructura orgánica con que cuentan, es la adecuada para cumplir todo el proceso de producción			
	Ventaja en costos	Con que frecuencia averigua el costo de producción de sus competidores	Encuesta	Escala Likert	
		El costo de producción de su producto es inferior al de su competencia			
		Usted está de acuerdo que vendiendo la quinua a mercados nuevos; será más eficiente su cadena de valor			
		Está de acuerdo que la experiencia adquirida durante estos años como productor le ayudara a reducir sus costos de producción			
		Comparte información sobre el proceso de producción con otros productores			
		Crees que la coordinación entre las actividades optimiza el tiempo y minimiza costos			
		Tener buenas relaciones con sus proveedores minimiza costos			
		La ubicación del almacén de la cooperativa le genera menores costos en el transporte			
		La ubicación de los terrenos genera menores costos en el transporte			
		Cada cuánto tiempo reconfiguran la red de producción de la quinua			
		Crees que dividiendo su mercado en sectores geográficos generaría más ventas			

Variable	Dimensión	Definición Instrumental	Técnica	Definición operacional	Fuente de información
Ventaja competitiva	Diferenciación	El precio de su producto es el más bajo del mercado	Encuesta	Escala Likert	Elaborado por Micheal E. Porter
		Son los únicos productores de este grano dentro de la provincia			
		Sus ventas son mayores a los de la competencia			
		La forma en que comercializa su producto es diferente a como la realización a otros productores			
		Ser productor orgánico les hace diferente a la competencia			
		El reconocimiento de las propiedades nutritivas de la quinua orgánica a nivel mundial ayudo a que la cooperativa puede exportar			

Anexo G. Autorización para llevar a cabo la Investigación en la Cooperativa Agro

Industria Cabana Ltda.



SOLICITO:
Autorización para el levantamiento de encuestas; para la elaboración del proyecto de tesis

A CONSEJO DE ADMINISTRACION DE LA COOPERATIVA AGRO INDUSTRIAL - CABANA LTDA.

Yo, Sara Quispe Apaza, identificado con DNI 70650134 de ocupación Bachiller de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales con domicilio actual en Jr. Aeronáutica # 352 II Etapa.

Yo, Sandra Melania Quispe Pochuanca, identificado con DNI 46118257, Bachiller de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales con domicilio actual en Jr. Tiabaya # 208 Mz-E4 Lt-06 Santa Adriana II Etapa; ante Ud. con el debido respeto exponemos.

Que, siendo uno de los requisitos primordiales para optar el grado de Licenciatura, elaborar un proyecto de investigación, motivo por el que acudimos a su consejo de administración a fin de solicitarle muy encarecidamente la recolección de información y levantamiento de encuestas; para culminar la tesis en su prestigiosa empresa (COOPAIN - CABANA) dicha investigación lo desarrollaremos sobre *"Relación entre la cadena de valor y la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, en el año 2019"* Por tal motivo solicitamos su apoyo, el cual será muy valioso para culminar nuestro Proyecto de tesis.

Por lo expuesto:

Rogamos a ustedes acceder a lo solicitado por ser de justicia.

Cabana - Juliaca, 13 de junio de 2019.

(Firma del solicitante)

(Firma del solicitante)

Anexo H. Autorización para recojo de datos



COOPERATIVA AGRO INDUSTRIAL CABANA LTDA.

RUC.: 20448277781

Jr. Lima s/n mercado - Cabana - San Román - Puno

Producido Quinua Orgánica para el Perú y el Mundo

COOPAIN CABANA COOPAIN CABANA COOPAIN CABANA COOPAIN CABANA COOPAIN CABANA COOPAIN CABANA COOPAIN

Cabana, julio 30 del 2019

Señorita
Sandra Melania Quispe Pochuanca
Sara Quispe Apaza

Asunto: Estudio de Investigación

Mediante la presente tengo a bien saludarlas y al mismo tiempo hacer de vuestro conocimiento que tiene la AUTORIZACION para realizar el recojo de datos a nivel de campo para que puedan realizar la investigación denominada "CADENA DE VALOR Y LA VENTAJA COMPETITIVA DE LA QUINUA ORGANICA, EN LA COOPRATIVA AGROINDUSTRIAL CABANA LTDA. 2019. Siempre en coordinación con el Gerente de Producción Organica la Cooperativa (Ing. Eusebio Chura).

Esperando puedan lograr sus propósitos y puedan facilitar a nuestra cooperativa los hallazgos de investigación como aporte.

Atentamente.

Domingo Gonzales Villalta
GERENTE GENERAL
DNI: 01269770
COOPAIN CABANA

Cc. Arch

980278888 | gerencia@coopaincabana.com, 955469631 | administracion@coopaincabana.com, 959057416 | presidencia@coopaincabana.com



Anexo I. Encuesta

Nro.:

Universidad Peruana Unión
Facultad de Ciencias Empresariales
Escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales
Cuestionario: de cadena de valor y la ventaja competitiva.

Estimado señor (a):

Esta encuesta es parte de un proyecto de investigación que pretende conocer su opción sobre la “cadena de valor y la ventaja competitiva de la quinua orgánica de la Cooperativa Agroindustrial Cabana Ltda.” Este es un cuestionario confidencial y anónimo.

INSTRUCCIONES: lea atentamente y marque con una X en el recuadro de su preferencia, utilice la siguiente escala de opción (Likert).

(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Nunca	la mayoría de la veces no	Algunas veces sí, algunas no	la mayoría de la veces si	Siempre

I. DATOS GENERALES

1.1 Genero:

- a) Femenino
- b) Masculino

Edad

1.2

- a) menores de 25 años
- b) de 26 a 35 años
- c) de 36 a 45 años
- d) 46 años a mas

1.3 Nivel de estudio

- a) sin estudios
- b) primaria
- c) secundaria
- d) instituto
- e) universidad

1.4. Condición de trabajo

- a) personal administrativo
- b) socio productor.

Tiempo de trabajo en Coopain

1.5 Cabana

- a) 1 año
- b) 1 a 3 años
- c) 3 a 5 años
- d) más de 5 años

N°	DIMENSIONES / ITEMS	OPCIONES O PUNTOS EN LA ESCALA LIKERT				
		(5) siempre	(4) la mayoría de las veces si	(3) algunas veces sí, algunas veces no	(2) la mayoría de la veces no	(1) nunca
	CADENA DE VALOR					
	DIMENSION 1: ACTIVIDADES PRIMARIAS					
	Logística de entrada.					
1	¿En qué transporta la materia prima, insumos y equipos?					
	1. a. en vehículo motorizado	5	4	3	2	1
	1. b. animales de carga	5	4	3	2	1
	1. c. cargando en la espalda	5	4	3	2	1
2	¿Realiza una programación de estas modalidades de transporte para el traslado de materia prima, insumos, materia prima y equipos?	5	4	3	2	1
3	¿Qué vías de acceso tienen los terrenos?					
	3. a. carreteras	5	4	3	2	1
	3. b. caminos	5	4	3	2	1
4	¿Cuenta con un lugar adecuado donde guardar su materia prima, insumos, materiales y equipos?	5	4	3	2	1
5	¿Realiza inventario de su materia prima, insumos, materiales y equipos después de jornada de trabajo?	5	4	3	2	1
	Operaciones					
6	¿Recibe orientación y capacitación sobre el proceso de producción de la quinua?	5	4	3	2	1
7	¿Con que frecuencia realiza pruebas y mantenimiento de la maquinaria y equipos de producción?	5	4	3	2	1
8	¿El empaquetado de la quinua lo realiza en sacos?	5	4	3	2	1
9	¿Cuenta con especialistas en el control de calidad de la quinua?	5	4	3	2	1
	Logística de salida					
10	¿Cuenta con un espacio donde guardar o almacenar la cosecha?	5	4	3	2	1
11	¿Dispone de transporte para trasladar para trasladar la quinua al lugar de almacenaje?	5	4	3	2	1
12	¿Lleva un registro o inventario de entrada y salida del producto de almacén?	5	4	3	2	1
13	¿La producción es solo para la exportación?	5	4	3	2	1

		(5) siempre	(4) la mayoría de la veces si	(3) algunas veces sí, algunas veces no	(2) la mayoría de las veces no	(1) nunca
14	¿Cumple con la entrega del producto cuando y donde se lo pidan?	5	4	3	2	1
15	¿Realiza una programación para la entrega de los pedidos?	5	4	3	2	1
Marketing y Ventas						
16	¿Realiza publicidad?	5	4	3	2	1
17	¿Crees que la integración de otras empresas sea una buena alternativa para mejorar las ventas del producto?	5	4	3	2	1
18	¿La relación con sus compradores actuales es buena?	5	4	3	2	1
19	¿Usted fijan el precio de venta del producto?	5	4	3	2	1
Servicio postventa						
20	¿Ofrece garantías de su producto a los compradores, después de la venta?	5	4	3	2	1
DIMENSION 2: ACTIVIDADES DE APOYO						
Adquisición						
21	¿Con que frecuencia realiza adquisiciones?	5	4	3	2	1
Desarrollo tecnológico						
22	¿Cuenta con maquinaria que permita la industrialización de la quinua?	5	4	3	2	1
Administración de recursos humanos						
23	¿Con que frecuencia contrata personal?	5	4	3	2	1
24	¿Se realiza orientaciones y capacitaciones al personal luego de ser contratado?	5	4	3	2	1
Infraestructura de la empresa						
25	¿La distribución de la estructura orgánica con que cuentan, es la adecuada para cumplir todo el proceso de producción?	5	4	3	2	1
VENTAJA COMPETITIVA						
DIMENSION 1: Ventaja en costos						
costo relativo del competidor						
26	¿Con que frecuencia averigua el costo de producción de sus competidores?	5	4	3	2	1
27	¿El costo de producción de su producto es inferior al de su competencia?	5	4	3	2	1

		(5) siempre	(4) la mayoría de la veces si	(3) algunas veces sí, algunas veces no	(2) la mayoría de las veces no	(1) nunca
Control de escala (expansión de mercado)						
28	¿Usted está de acuerdo que vendiendo la quinua a mercados nuevos; será más eficiente su cadena de valor?	5	4	3	2	1
Control de aprendizaje						
29	¿Está de acuerdo que la experiencia adquirida durante estos años como productor le ayudara a reducir sus costos de producción?	5	4	3	2	1
30	¿Comparte información sobre el proceso de producción con otros productores?	5	4	3	2	1
Control de los nexos						
31	¿Crees que la coordinación entre las actividades optimiza el tiempo y minimiza costos?	5	4	3	2	1
El control de las interrelaciones						
32	¿Tener buenas relaciones con sus proveedores minimiza costos?	5	4	3	2	1
Ubicación						
33	¿La ubicación del almacén de la cooperativa le genera menores costos en el transporte?	5	4	3	2	1
34	¿La ubicación de los terrenos genera menores costos en el transporte?	5	4	3	2	1
Reconfiguración de la cadena de valor						
35	¿Cada cuánto tiempo reconfiguran la red de producción de la quinua?	5	4	3	2	1
Segmentación						
36	¿Crees que dividiendo su mercado en sectores geográficos generaría más ventas?	5	4	3	2	1
DIMENSION 2: DIFERENCIACION						
Precios						
37	¿El precio de su producto es el más bajo del mercado?	5	4	3	2	1
Producto único						
38	¿Son los únicos productores de este grano dentro de la provincia?	5	4	3	2	1
Mayores ventas						
39	¿Sus ventas son mayores a los de la competencia?	5	4	3	2	1
Comercialización eficiente						
40	¿La forma en que comercializa su producto es diferente a como la realización a otros productores?	5	4	3	2	1
Oportunidad						
41	¿Ser productor orgánico les hace diferente a la competencia?	5	4	3	2	1
42	¿El reconocimiento de las propiedades nutritivas de la quinua orgánica a nivel mundial ayudo a que la cooperativa puede exportar?	5	4	3	2	1

Anexo J Informe de validación de las encuestas por el experto

INFORME DE VALIDACIÓN

Validación del instrumento: Para validar el instrumento denominado *Cuestionario de cadena de valor y la ventaja competitiva de quinua orgánica, para los colaboradores de la Cooperativa Agroindustrial Cabana Ltda. 2019*, se solicitó el juicio de expertos, siendo validado por la Mg. Madeleine N. Ticona Condori, donde se evaluó la claridad, concisión y relevancia de los enunciados.

Para la validación estadística se realizó una prueba piloto previa a la recolección de los datos con el fin de obtener información que ayude a mejorar la validez y confiabilidad del instrumento y detectar problemas en la validez de construcción, de contenido y de criterio. Sobre la forma de administración y calificación de la escala recomendados por autores en investigación (Hernández, 2010). Se aplicó el instrumento a un grupo de personas, con características similares a las de la investigación; dicha prueba y su respectivo análisis ayudó a mejorar el formato, la redacción, claridad y concisión de los ítems que integran el instrumento.

Posteriormente se procedió a la validación estadística del instrumento mediante el análisis factorial (ver anexo 001) de ítem por ítem del test, así como a la validez y coeficiente de confiabilidad del instrumento, mediante el alfa de Crombach (ver anexo 002) que mide la consistencia interna arrojando un coeficiente total de 0.856 que es valorado como alto o consistente. El instrumento queda expedito para ser aplicado a la muestra considerando su validez y confiabilidad.


 Madeleine N. Ticona Condori
ING. ESTADÍSTICO e INFORMÁTICO
C.I.P. N° 156018

INSTRUMENTO PARA LA VALIDEZ DE CONTENIDO

(JUICIO DE EXPERTOS)

El presente instrumento tiene como finalidad de recabar la información de datos, el mismo será aplicado a un grupo de socios trabajadores, quienes constituyen la muestra en estudio de la validación del instrumento titulado "**Cuestionario de cadena de valor y la ventaja competitiva de quinua orgánica, para los colaboradores de la Cooperativa Agroindustrial Cabana Ltda. 2019**"

Instrucciones

La evaluación requiere de la lectura detallada y completa de cada uno de los ítems propuestos a fin de cotejarlos de manera cualitativa con los criterios propuestos relativos a: **relevancia o congruencia con el contenido, claridad en la redacción, tendenciosidad o sesgo en su formulación y dominio del contenido**. Para ello deberá asignar una valoración si el ítem presenta o no los criterios propuestos, y en caso necesario se ofrece un espacio para las observaciones si hubiera.

Juez N°: _____

Fecha actual: 29 - 08 - 2019

Nombres y Apellidos de Juez: Madeline N. Ticona Condori

Institución donde labora: Universidad Peruana Unión

Años de experiencia profesional o científica: 12 años




Madeline N. Ticona Condori
ING. ESTADÍSTICO e INFORMÁTICO
CIP. N° 156018

Firma y Sello

Anexo K. Resolución



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

“AÑO DE LA LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN E IMPUNIDAD”

RESOLUCIÓN N° 1670-2019 /UPeU-FCE-CF

Ñaña, Lima, 28 de agosto de 2019

VISTO:

El expediente de **Quispe Pochuanca Sandra Melania**, identificado(a) con código universitario N° 201220792 y **Quispe Apaza Sara**, identificado(a) con código universitario N° 201120950, de la Carrera de Administración y Negocios Internacionales, de la Facultad de Ciencias Empresariales, de la Universidad Peruana Unión, sede de estudios Juliaca.

CONSIDERANDO:

Que la Universidad Peruana Unión tiene autonomía académica, administrativa y normativa, dentro del ámbito establecido por la Ley Universitaria N° 30220 y el Estatuto de la Universidad;

Que la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, mediante sus reglamentos académicos y administrativos, ha establecido las formas y procedimientos para la aprobación e inscripción del proyecto de tesis;

Que **Quispe Pochuanca Sandra Melania** y **Quispe Apaza Sara**, han solicitado la inscripción del proyecto de investigación titulado **“La cadena de valor y la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019”**.

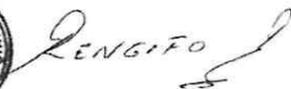
Estando a lo acordado en la sesión del Consejo de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Peruana Unión, celebrada el 28 de agosto de 2019, y en aplicación con el Estatuto y el Reglamento General de Investigación de la Universidad;

SE RESUELVE:

Aprobar e inscribir el proyecto de tesis titulado **“La cadena de valor y la ventaja competitiva de la quinua orgánica, en la Cooperativa Agro Industrial Cabana Ltda, 2019”**, y disponer su inscripción en el registro correspondiente, para que con la orientación de su asesor **Lic. Kukulí Ana Coaquira Puma**, sea desarrollado el proyecto referido por **Quispe Pochuanca Sandra Melania** y **Quispe Apaza Sara**, otorgándoles un plazo máximo de doce (12) meses para la ejecución.

Regístrese, comuníquese y archívese.




Dr. Julio César Rengifo Peña
DECANO




Dra. Maritza Soledad Arana Rodríguez
SECRETARIA ACADÉMICA

cc: - Interesado (2)
- Archivo (2)